

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

“ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ”

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ : ΤΣΙΚΡΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ  
ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΜΠΑΛΑΦΟΥΤΗΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Αριθμ. κατανομής

793

ΑΘΗΝΑ 1998

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ

	Σελίδες
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄</b>	
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	
	1
1. Ορισμός και έννοια του τουρισμού	1
2. Η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης	3
3. Κίνητρα που προκαλούν την επιθυμία για τουρισμό	6
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄</b>	
<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ</b>	
	10
1. Ορισμός του τουριστικού πρακτορείου	10
2. Διακρίσεις τουριστικών πρακτορείων	10
3. Τι απαιτείται για την ίδρυση και λειτουργία τουριστικού πρακτορείου	11
α) Γενικά	11
β) Προσωπικές άδειες	12
γ) Άδειες σε εταιρίες	14
4. Υπόδειγμα εγγυητικής επιστολής	15
5. Δημιουργία υποκαταστημάτων	16
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄</b>	
<b>ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ</b>	
	18
1. Τόπος εγκατάστασης τουριστικού γραφείου και επίπλωσή του	18
2. Δραστηριότητες των τουριστικών πρακτορείων	20
3. Ο ρόλος του τουριστικού γραφείου	22
α) Πρόγραμμα ταξιδιού	22
β) Συνεργασία με συγκοινωνιακά μέσα	24
4. Υποχρεώσεις τουριστικού πρακτορείου	26

	Σελίδες
5. Το λογιστήριο του τουριστικού πρακτορείου	27
6. Η Διαφήμιση των τουριστικών γραφείων	28
α) Η διαφήμιση γενικά	28
β) Η τουριστική διαφήμιση	29
7. Δημόσιες σχέσεις ενός τουριστικού πρακτορείου	30
α) Ορισμός	30
β) Οι δημόσιες σχέσεις και οι διαφορές τους από την διαφήμιση	31
8. Νομικά ζητήματα της διεύθυνσεως του πρακτορείου	32
9. Μηχανογράφηση τουριστικών πρακτορείων	33
10. Μέσα επικοινωνίας στα τουριστικά πρακτορεία	35
11. Διαδικασίες ενός τουριστικού γραφείου και ρύθμιση προμήθειας.	37

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄**

<b>ΚΡΑΤΙΚΟΙ &amp; ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ</b>	39
1. Διεθνείς κανονισμοί των αεροπορικών μεταφορών	39
2. Διεθνής ξενοδοχειακή ένωση (I.H.A)	41
3. Διεθνής ένωση αερομεταφορών (I.A.T.A.)	42
4. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος	44
5. Διεθνής κανονισμός ξενοδοχείων	45

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ε΄**

<b>ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ</b>	52
1. Σχέσεις των πρακτορείων με τις αεροπορικές και ατμοπλοϊκές γραμμές	52
2. Σχέσεις I.H.A (INTERNATIONAL HOTEL ASSOCIATION) & FIAV (FEDERATION INTERNATIONALE DES AGENCES DE VOYAGES)	53

	<b>Σελίδες</b>
α) Οδηγίες της Ι.Η.Α προς τους ταξιδιωτικούς πράκτορες μέλη της F.I.A.V	53
β) Συμφωνία μεταξύ Ι.Η.Α και F.I.A.V	55
γ) Σύμβαση μεταξύ ξενοδοχείων - πρακτορείων	60
3. Σχέσεις ξενοδοχείου - πρακτορείου ταξιδίων	61

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΤ'**

### **Ο ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ**

1. Προσόντα	62
2. Προβλήματα	64
3. Παρερμηνείες του ρόλου του πράκτορα	65

- <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ</b>	68
----------------------------	----

- <b>ΠΙΝΑΚΕΣ 1 έως 8</b>	
--------------------------	--

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

#### 1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Τουρισμός εμφανίζεται όπως είναι γνωστό με διάφορες μορφές γι' αυτό και ένας ακριβής ορισμός του είναι μια δύσκολη δουλειά, αν όχι αδύνατη <sup>1</sup>.

Ο Τουρισμός, φαινόμενο με τεράστιες επιπτώσεις τόσο στον κοινωνικό, όσο και στον οικονομικό τομέα οφείλει κατ' αρχήν την ονομασία του στις λέξεις *tour* και *tourisme* που τόσο στην Αγγλική όσο και στην Γαλλική γλώσσα σημαίνουν «γύρος - περιήγηση». Το περιεχόμενο της είναι διετό <sup>2</sup>.

Αφορά, από την μια πλευρά, τη μετακίνηση των ανθρώπων, ατομική ή ομαδική, από τον τόπο τους, κατά κύριο λόγο για αναψυχή, ανάπαυση ή πνευματική καλλιέργεια. Από την άλλη πλευρά όμως, αναφέρεται και στην όλη οργανωμένη προσπάθεια μιας χώρας να προσελκύσει, να υποδεχθεί αλλά και να συγκρατήσει τα άτομα αυτά που μετακινούνται από τον τόπο κατοικίας τους για τον παραπάνω σκοπό.

Ενδιαφέρον θα ήταν να σταθούμε σε ορισμένους ορισμούς που έχουν δοθεί σχετικά με τον Τουρισμό. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού και τον ΟΟΣΑ ο Τουρισμός περιλαμβάνει όλα τα ταξίδια άνω των 24ωρών για λόγους ψυχαγωγίας, δουλειάς, σπουδών, υγείας <sup>3</sup>.

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T - MONTE CARLO) λέει, τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των

---

<sup>1</sup> Τουριστική οικονομία, Νίκου Ηγουμενάκη, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ.55

<sup>2</sup> Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνίας Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 9.

<sup>3</sup> Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνίας Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ.Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 9.

δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του, σε διάφορους βαθμούς και κατά διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου της απόδρασης.

Ο καθηγητής N. HUNTIKER και K. KRAPF στο ALLGEMEINE FREMDENVERKEHRSLEHRE Βέρνη 1942, λέει, τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων οι οποίες γεννιούνται από την διαμονή των ξένων, όταν αυτή δεν καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής<sup>1</sup>.

Κάποια άλλη προσωπικότητα και συγκεκριμένα ο Jacques Gocier λέει «τουρισμός είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά τα άτομα, την περιέργεια του πνεύματος, μαζί με τον πόθο να προσαρμοσθεί κάποιος στα ξένα ήθη και έθιμα».

Ο Jean Medecin λέει «τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να διατρίβει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του, για διασκέδαση, για ανάπαυση, για πλουτισμό της πείρας του, για ανύψωση του μορφωτικού επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης»<sup>2</sup>.

Το κοινοβούλιο της Ενωμένης Ευρώπης υιοθέτησε τον παρακάτω ορισμό: «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που συνδέονται με τα ταξίδια και τη διαμονή των προσώπων, για τα οποία ο τόπος αυτός δεν είναι ο τόπος ούτε της κατοικίας τους αλλά ούτε και της μόνιμης εργασίας τους»<sup>3</sup>.

---

1. Τουρισμός Ι, Βασιλείου Ρούπα, ΟΕΔΒ, Αθήνα 1987, σελ. 7

2. Τουρισμός Ι, Βασιλείου Ρούπα, ΟΕΔΒ, Αθήνα 1987, σελ. 9

3. Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ.Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 9.

Τώρα, εκτός των παραπάνω ορισμών θα μπορούσαμε να πούμε ότι:

*Τουρισμός* είναι κάθε μετακίνηση στο εσωτερικό της χώρας με μια διανυκτέρευση εκτός της μόνιμης κατοικίας τουλάχιστον ή με μια διακίνηση πάνω από 100 χιλιόμετρα. Επίσης κάθε μετακίνηση στο εξωτερικό ανεξάρτητα από την απόσταση ή διανυκτέρευση αλλά με την προϋπόθεση ότι δεν συνυπάρχει οικονομικό αποτέλεσμα στην μετακίνηση αυτή και η παραμονή δεν διαρκεί πάνω από 6 μήνες <sup>1</sup>.

## **2. Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ**

Αναζητώντας στο παρελθόν την πρώτη εμφάνιση του φαινομένου του Τουρισμού, θα πρέπει οπωσδήποτε να μην λησμονήσουμε να κάνουμε τη διάκριση των δύο βασικών μορφών του τουρισμού.

Τη διάκριση, δηλαδή, του τουρισμού που γίνεται αποκλειστικά για αναψυχή ή καλλιέργεια από την έννοια του τουρισμού ως κοινωνικού και οικονομικού φαινομένου <sup>2</sup>.

Όσον αφορά την πρώτη μορφή του τουριστικού φαινομένου διαπιστώνουμε ότι έχει τις ρίζες τουλάχιστον στην αρχαιότητα.

Μελετώντας την αρχαία μας ιστορία, συναντούμε εκδηλώσεις που μπορούν να ερμηνευθούν ως πρώτες απόπειρες τουριστικής μετακίνησης είτε από άτομα είτε, αργότερα, από κάποιες ομάδες. Έχει υποστηριχθεί μάλιστα ότι πίσω από τους άθλους του Ηρακλή, το μύθο του Ικάρου, τα κατορθώματα του Θησέα και άλλους ελληνικούς μύθους μέχρι και την Αργοναυτική εκστρατεία, κρύβεται η ανάγκη του ανθρώπου για τουρισμό, καθώς και κάποιες πρώτες προσπάθειες για την διαμόρφωση συνθηκών τέτοιων που να τον καθιστούν δυνατό με όσο γίνεται λιγότερους κινδύνους.

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός Ι, Βασιλείου Ρούπα, ΟΕΔΒ, Αθήνα 1987, σελ. 10

<sup>2</sup>. Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ.Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 12.

Στην αρχαία Ελλάδα μάλιστα, υπήρξαν επανειλημμένα, πολλές φορές κατά τρόπο συστηματικά επαναλαμβανόμενο, ερεθίσματα για την πραγματοποίηση μετακίνησης που εύκολα μπορεί να χαρακτηριστεί ως τουρισμός π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, γιορτές σε διάφορα μέρη της Ελλάδος, όπως Επίδαυρος και Δωδώνη, Αμφικτυονίες των Δελφών κ.λπ.

Η τάση, μάλιστα, των αρχαίων Ελλήνων για τουρισμό ήταν τόσο έντονη ώστε αναπτύχθηκε μια ιδιαίτερη κατηγορία συγγραφέων, κύρια κατά την Αλεξανδρική περίοδο μέσα από τους περιηγητές. Ο διασημότερος από όλους είναι ο Πausανίας ο Περιηγητής, που κατέγραψε τις εντυπώσεις που αποκόμισε από τις περιηγήσεις του στην Ελλάδα, ανάμεσα στα 130-160 μ.Χ. περίπου, σε ένα μεγάλο αριθμό βιβλίων, την «Ελλάδος Περιήγηση». Το έργο του μελετήθηκε κύρια μετά το 1500 και υπήρξε σημαντική πηγή στοιχείων για τους αρχαιολόγους<sup>1</sup>.

Κατά την Ρωμαϊκή βέβαια περίοδο ο τουρισμός άνθισε κύρια από το γεγονός της διάνοιξης των οδών που διευκόλυναν τις μετακινήσεις και την ασφάλεια, κατά τη διάρκειά τους που, σε ένα μεγάλο πλέον βαθμό, μπορούσε να θεωρηθεί ως δεδομένη.

Την ανάπτυξη αυτή θεωρείται ότι ανέκοψε η επικράτηση του Χριστιανισμού. Κατά την αναγέννηση όμως παρατηρείται μια νέα άνθιση του φαινομένου.

Όσον αφορά την Ελλάδα, κατά την βυζαντινή περίοδο παρατηρείται ύφεση στον τομέα αυτό, σε αντίθεση με την περίοδο της Τουρκοκρατίας. Κατά τη δεύτερη αυτή περίοδο παρατηρείται μια έντονη τάση, κύρια των λογίων και των καλλιτεχνών, για περιήγηση της χώρας μας. Μεταξύ αυτών ιδιαίτερα σημαντική θέση κατέχει ο Γάλλος Pr. Rene de Chateaubriand, ο οποίος ταξίδεψε πολύ στην Ελλάδα, την εξύμνησε, κύρια με το έργο του «Οδοιπορικό από το Παρίσι στα Ιεροσόλυμα» (1811) και μπορεί να θεωρηθεί ότι σ' αυτόν, σε

---

<sup>1</sup> Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 12.



ένα μεγάλο βαθμό, οφείλονταν το κίνημα του φιλελληνισμού που εκδηλώθηκε την περίοδο εκείνη στην Γαλλία.

Όσον αφορά τον Τουρισμό ως κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα, κάνει την εμφάνισή του μόλις στον αιώνα μας, στην ουσία μάλιστα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο.

Πρώτη ουσιαστικά προσπάθεια οργάνωσής του στη χώρα μας γίνεται το 1914 με το «Γραφείο Ξένων και Εκθέσεων», που το 1922 μετατρέπεται σε αυτοτελή Υπηρεσία Ξένων και Εκθέσεων.

Το 1929 εμφανίζεται ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού που το 1945 αντικαθίσταται από την Γενική Γραμματεία Τουρισμού. Το 1951 ιδρύεται πλέον ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού με τη σημερινή, λίγο-πολύ, μορφή του. Πριν από τον ΕΟΤ, συγκεκριμένα το 1935, έγινε και η σύσταση της Τουριστικής Αστυνομίας, αρμόδιας για την εφαρμογή των διατάξεων που αφορούν τον τουρισμό.

Στην ουσία, όμως, όπως είπαμε, η εμφάνιση της σύγχρονης μορφής του τουρισμού αρχίζει μερικά χρόνια μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, στη δεκαετία δηλαδή του 1950. Πράγματι, η αύξηση του εισοδήματος σε σχέση με τις δαπάνες διαβίωσης, σε συνδυασμό με διάφορους άλλους παράγοντες, στους οποίους δεν θα υπεισέλθουμε, οδήγησαν σε μια ξαφνική ανάπτυξη του τουρισμού.

Στο σημείο αυτό, χρήσιμο είναι να αναφέρουμε το όνομα του Thomas Cook, ο οποίος διαμόρφωσε για πρώτη φορά συνθήκες ευνοϊκότερες για τα άτομα που θα επέλεγαν τον ομαδικό τουρισμό, συνθήκες που στη συνέχεια, βέβαια, βελτιώθηκαν πολύ περισσότερο. Αυτή ήταν, μπορεί να πει κανείς, και η πρώτη εμφάνιση του κοινωνικού τουρισμού, δεδομένου ότι μπορούσαν να επωφεληθούν οι λιγότερο ευνοημένες κοινωνικές ομάδες, τις οποίες εξάλλου κυρίως αφορούσαν κι ενδιέφεραν τα ταξίδια αυτά.

Η προσθήκη στις παραπάνω ευνοϊκές συνθήκες και της περιέργειας, της ανάγκης για νέες παραστάσεις και εμπειρίες από την γνωριμία με άγνωστους τόπους και λαούς, σε συνδυασμό με τη

δυνατότητα της κατά βούληση οργάνωσης του ελεύθερου χρόνου, οδήγησαν στη δημιουργία της πραγματικότητας του σύγχρονου τουρίστα, τον «homo turisticus». Ο αριθμός των τουριστών που συνεχώς αυξανόταν οδήγησε από ένα σημείο και πέρα στη δημιουργία ενός «διερχόμενου πληθυσμού» σε ορισμένες περιοχές και εποχές του χρόνου.

Έτσι τα κράτη αποφάσισαν να ασχοληθούν περισσότερο πλέον με τον τουρισμό, ώστε να επηρεάσουν την εξέλιξή του αλλά και να ελέγξουν τις επιδράσεις του. Από την δεκαετία μάλιστα του 1970 ο τουρισμός γνωρίζει πλέον ιδιαίτερα γρήγορη και σταθερή ανάπτυξη<sup>1</sup>.

### **3. ΚΙΝΗΤΡΑ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Λέγοντας τουριστικά κίνητρα εννοούμε όλες εκείνες οι ψυχοπνευματικές τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφτούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών<sup>2</sup>.

Τα κίνητρα που προκαλούν την επιθυμία για τουρισμό βασικά είναι πολλά και διάφορα και εξαρτημένα από την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού που προσφέρει ο συγκεκριμένος τουριστικός προορισμός, καθώς επίσης η όλη οργάνωση της σύνδεσης του τόπου υποδοχής με τον τόπο προέλευσης των τουριστών. Αν και γνωστά λίγο-πολύ τα τουριστικά κίνητρα, ωστόσο διαφέρουν κατά περίπτωση από πλευράς έντασης, που εκφράζεται ποσοτικά με μετρήσεις που εμφανίζονται με μορφή ποσοστιαίας συμμετοχής κάθε κινήτρου στο συνολικό αριθμό των περιπτώσεων που εξετάζονται. Η ένταση των τουριστικών κινήτρων μετριέται συνήθως με δειγματοληπτικές έρευνες που γίνονται μεταξύ των τουριστών που επισκέπτονται μία χώρα ή μία ορισμένη τουριστική τοποθεσία κατά το τέλος της διαμονής τους σ' αυτήν και

---

<sup>1</sup>. Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 14.

<sup>2</sup>. Τουριστική οικονομία, Ηγουμενάκης Νίκος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ.80.

στοχεύουν στην ποσοτική και ποιοτική εξακρίβωσή τους. Τα αποτελέσματα των δειγματοληπτικών αυτών ερευνών έχουν μεγάλη σημασία για τη χώρα ή τον τόπο υποδοχής των τουριστών, ιδιαίτερα δε σε ότι αφορά στη χάραξη της καταλληλότερης τουριστικής πολιτικής<sup>1</sup>.

Τα κίνητρα που προκαλούν την επιθυμία για τουρισμό χωρίζονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες και συγκεκριμένα στις παρακάτω:

#### **α) Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα**

Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία που ασκούν ισχυρή έλξη στους τουρίστες. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι για παράδειγμα η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία και πιο συγκεκριμένα για την χώρα μας στοιχεία όπως είναι η γεωγραφική της θέση, το καλό κλίμα, τα βουνά της, τα περίεργα φυσικά φαινόμενα, τα σπήλαια που είναι από τα καλύτερα του κόσμου, οι λίμνες, τα ποτάμια και η γαλανή μας θάλασσα <sup>2</sup>. κ.λπ., τα οποία στοιχεία παίζουν καθοριστικό ρόλο και στη διαμόρφωση ορισμένων μορφών τουρισμού και συγκεκριμένα του τουρισμού χειμερινών σπορ, του θαλάσσιου τουρισμού, του ορεινού τουρισμού κ.λπ. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία είναι από τουριστικής άποψης πάρα πολύ εκμεταλεύσιμα και αυτό γιατί ανταποκρίνονται στις ψυχολογικές και βιολογικές ανάγκες των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων που αναζητούν στον τουρισμό ξεκούραση, ξενοιασιά και αλλαγή παραστάσεων <sup>3</sup>.

#### **β) Πολιτιστικά κίνητρα**

Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν όλα εκείνα τα πολιτιστικά στοιχεία που συνθέτουν την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Τέτοιου είδους στοιχεία

<sup>1</sup>. Τουριστική οικονομία, Ηγουμενάκης Νίκος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ.80.

<sup>2</sup>. Τουρισμός Ι, Βασιλείου Ρούπα, ΟΕΔΒ, Αθήνα 1987, σελ. 19.

<sup>3</sup>. Τουριστική οικονομία, Ηγουμενάκης Νίκος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ.81.

είναι για παράδειγμα, οι λουτροπόλεις, οι ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, τα ήθη και τα έθιμα, η λαϊκή τέχνη και οι τοπικές ενδυμασίες, οι τόποι παραθερισμού και διασκέδασης, οι εκθέσεις, οι πινακοθήκες, τα μουσεία κ.λπ. <sup>1</sup>.

Ας σημειωθεί ότι τα πολιτιστικά κίνητρα ασκούν περιορισμένη επίδραση στους σημερινούς τουρίστες και ειδικότερα σε αυτούς που κάνουν μαζικό τουρισμό <sup>2</sup>.

### γ) Οικονομικά κίνητρα

Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν όλα εκείνα τα οικονομικά στοιχεία που συνθέτουν το κόστος ζωής στις χώρες υποδοχής τουριστών, το κόστος του ταξιδιού κ.λπ. τα οποία παίζουν μεταξύ άλλων καθοριστικό ρόλο και στη διαμόρφωση φτηνών τμών για τουριστικά πακέτα. Τα οικονομικά κίνητρα επηρεάζουν αποφασιστικά, όπως είναι γνωστό, τις μεγάλες μάζες των τουριστών που ανήκουν στις μεσαίες εισοδηματικές τάξεις να επισκεφθούν έναν τουριστικό τόπο. Γι' αυτό τον λόγο προβάλλονται εντελώς ιδιαίτερα στις διαφημιστικές καμπάνιες που κάνουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο εξωτερικό όχι μόνο για να προσελκύσουν τουρίστες, αλλά και τουριστικά γραφεία και αεροπορικές εταιρίες που απευθύνονται σε τουρίστες που τους αρέσει να ταξιδεύουν φτηνά μεν αλλά μεμονωμένα.

### δ) Ψυχολογικά κίνητρα

Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν οι εσωτερικές παρορμήσεις των τουριστών που επισκέπτονται έναν τουριστικό τόπο και που οφείλονται στην ψυχολογική ανάγκη που αισθάνονται για αλλαγή. Γι' αυτό και έχει αποδειχτεί ότι πολύ λίγοι είναι οι τουρίστες εκείνοι που επισκέπτονται μακρινούς τουριστικούς

<sup>1</sup> Τουρισμός Ι, Βασιλείου Ρούπα, ΟΕΔΒ, Αθήνα 1987, σελ. 20.

<sup>2</sup> Τουριστική οικονομία, Ηγουμενάκης Νίκος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ.81.

τόπους για δεύτερη φορά, εκτός αν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι ή ισχυρά οικονομικά κίνητρα. Ας σημειωθεί ότι τα ψυχολογικά κίνητρα, καθώς το κατά κεφαλή εισόδημα των ανθρώπων αυξάνει και βελτιώνεται το βιοτικό τους επίπεδο, επηρεάζουν ολοένα και περισσότερο τη λήψη αποφάσεων εκ μέρους τους να επισκεφθούν νέους τουριστικούς τόπους<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>. Τουριστική οικονομία, Ηγουμενάκης Νίκος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ. 82.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο Β´

### ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ

#### 1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ

Τα τουριστικά πρακτορεία αποτελούν νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις οι οποίες, με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αναλαμβάνουν τη μεταφορά ή διακίνηση ή διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων τόσο μέσα στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες χώρες.

Πρόκειται δηλαδή, για τουριστικές μονάδες που έχουν ως αντικείμενο δραστηριότητας την ικανοποίηση των αναγκών που μπορεί να προκύψουν κατά την διακίνηση των τουριστών, αδιάφορο αν αυτή πραγματοποιείται στη χώρα μας ή όχι, μέσα βέβαια στα πλαίσια της αρμοδιότητάς τους. Αδιάφορο επίσης είναι, αν πρόκειται για Έλληνες ή αλλοδαπούς τουρίστες <sup>1</sup>.

#### 2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

Όλα τα τουριστικά γραφεία δεν μπορούν να προσφέρουν στο σύνολό τους τις υπηρεσίες που χρειάζονται για την διοργάνωση κάποιων εκδρομών. Ανάλογα με την αρμοδιότητά τους γίνεται από το νόμο η παρακάτω διάκριση.

##### α) Τουριστικά Πρακτορεία Εσωτερικού Τουρισμού

Η αρμοδιότητα των γραφείων αυτών καλύπτει τις ανάγκες των Ελλήνων τουριστών μέσα στην Ελλάδα.

Ειδικότερα, οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού στους Έλληνες είναι οι εξής:

---

<sup>1</sup> Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 144.

I) Η κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών μέσα στη χώρα με ιδιόκτητο ή μισθωμένο μέσο. Στα προγράμματα αυτά μπορούν να συμμετέχουν ατομικά και ξένοι που ζουν στην πόλη, όπου έχει την έδρα του το γραφείο εσωτερικού τουρισμού. Αυτό όμως δεν μπορεί σε καμιά περίπτωση να συμβεί με οργανωμένες ομάδες αλλοδαπών.

II) Η διαμεσολάβηση για διασφάλιση καταλύματος, σιτίσεως, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης, μόνο μέσα στην χώρα.

III) Η μεσολάβηση για έκδοση εισιτηρίων οποιουδήποτε μεταφορικού μέσου, πάντα μέσα στη χώρα.

### **β) Τουριστικά πρακτορεία γενικού τουρισμού**

Τα πρακτορεία που ανήκουν σ' αυτή την κατηγορία μπορούν να προσφέρουν οποιεσδήποτε υπηρεσίες, τόσο σε ημεδαπούς όσο και σε αλλοδαπούς πελάτες εντός ή εκτός της χώρας.

Η αρμοδιότητά τους επεκτείνεται τόσο στην οργάνωση εκδρομών, όσο και στην μεσολάβηση για παροχή διαφόρων εξυπηρετήσεων που έχουν σχέση με τον τουρισμό.

## **3. ΤΙ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ**

### **α) Γενικά**

Για να λειτουργήσει ένα τουριστικό γραφείο απαιτείται έκδοση ειδικής άδειας. Η άδεια αυτή χορηγείται από τον ΕΟΤ μετά από σχετική απόφαση του Γενικού Γραμματέα του.

Μπορούν να ζητήσουν άδεια για σύσταση τουριστικού γραφείου, τόσο ημεδαπά φυσικά ή νομικά πρόσωπα, όσο και αλλοδαπά. Σ' αυτά τα τελευταία όμως χορηγείται με τον όρο της αμοιβαιότητας με την προϋπόθεση δηλαδή ότι το ίδιο δικαίωμα αναγνωρίζεται και για τους Έλληνες πολίτες και νομικά πρόσωπα που έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα, από την νομοθεσία της πολιτικής της ιθαγένειας ή της έδρας

τους. Επιπλέον, για να χορηγηθεί άδεια στα νομικά πρόσωπα που έχουν την έδρα τους στο εξωτερικό, απαιτείται να έχουν ειδικό πληρεξούσιο στην Ελλάδα.

Τα γραφεία αυτά έχουν το δικαίωμα να απασχολήσουν μέχρι δύο αλλοδαπούς ως υπαλλήλους τους. Το ίδιο δικαίωμα αναγνωρίζεται και για τα ημεδαπά Γραφεία Γενικού Τουρισμού.

Το ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο μπορεί να ζητήσει τη χορήγηση περισσότερων από μία αδειών με την προϋπόθεση ότι θα καταθέσει για κάθε μία από τις άδειες τόσο τη βεβαίωση που αφορά την πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση, όσο και την εγγύηση για την οποία θα μιλήσουμε στη συνέχεια <sup>1</sup>.

## β) Προσωπικές άδειες <sup>2</sup>.

I. Ο ενδιαφερόμενος για την χορήγηση άδειας λειτουργίας Γραφείου Γενικού ή Εσωτερικού Τουρισμού πρέπει να υποβάλει τα εξής δικαιολογητικά:

1. Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι:
  - α) Δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση και
  - β) Δεν βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική αντίληψη
2. Φωτοτυπία της Αστυνομικής Ταυτότητας.
3. Αντίγραφο ποινικού μητρώου τύπου Β' (όχι απόσπασμα).
4. Επικυρωμένο αντίγραφο απολυτηρίου Λυκείου ή ισότιμης σχολής της Ελλάδος ή του Εξωτερικού (η ισοτιμία θα αποδεικνύεται με σχετικά έγγραφα του Υπουργείου Παιδείας).
5. Επικυρωμένο αντίγραφο ξένης γλώσσας για το Γραφείο Γενικού Τουρισμού. Για γραφείο εσωτερικού τουρισμού δεν απαιτείται ξένη γλώσσα. Ειδικά η γνώση ξένης γλώσσας μπορεί να αποδει-

<sup>1</sup>. Στοιχεία τουριστικής νομοθεσίας, Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 148.

<sup>2</sup>. Πληροφοριακό έντυπο για την χορήγηση άδειας λειτουργίας γραφείου γενικού ή εσωτερικού τουρισμού σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.393/76 (ΦΕΚ 199/Α/76).



χθεί με εξέταση του ενδιαφερομένου από υπάλληλο του ΕΟΤ.  
(Σαν τίτλοι σπουδών ξένης γλώσσας αναγνωρίζονται ενδεικτικά για την Αγγλική, Βρετανικού συμβουλίου, για την Γερμανική Ινστιτούτο Γκαίτε, για την Γαλλική Γαλλικό Ινστιτούτο).

**II.** Εάν ο ενδιαφερόμενος έχει τις πιο πάνω προϋποθέσεις πρέπει να υποβάλει και τα εξής δικαιολογητικά:

1. Βεβαίωση της οικείας Αστυνομικής Αρχής Τουρισμού ότι έχει πλήρη και ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ γραφειακή εγκατάσταση με εμβαδόν τουλάχιστον 20 τ.μ. για το γραφείο Γενικού Τουρισμού και 12τ.μ. για το γραφείο Εσωτερικού Τουρισμού (μη υπολογιζομένων των χώρων υπογείου και αυθαιρέτων παταριών).
2. Τριπλότυπο Δημοσίου Ταμείου για τέλη χαρτοσήμου δρχ.2000 συν ΟΓΑ.
3. Παράβολο υπέρ ΕΟΤ δρχ. 3.000 το οποίο μπορεί να κατατεθεί στο Ταμείο του ΕΟΤ ή στον λογαριασμό 26180 του ΕΟΤ στην Τράπεζα Ελλάδος.
4. Παράβολο υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Υπαλλήλων Ραδιοφωνίας Τουρισμού (ΤΕΑΥΡΤ) δρχ. 1.000 το οποίο πληρώνεται στην Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος για τον λογαριασμό 137 του ΤΕΑΥΡΤ.
5. Εγγυητική επιστολή τράπεζας δρχ. 300.000 για γραφείο γενικού τουρισμού και δρχ. 100.000 για Γραφείο Εσωτερικού Τουρισμού ως το συν/νο υπόδειγμα ΕΟΤ υποχρεωτικά σύμφωνα με αυτό.

**III.** Εάν ο ενδιαφερόμενος για την άδεια είναι φυσικό πρόσωπο και δεν έχει τις προϋποθέσεις της παραγράφου I μπορεί να ορίσει κάποιον που να έχει τις προϋποθέσεις, ως υπεύθυνο του γραφείου του, η άδεια όμως χορηγείται στον ενδιαφερόμενο ο οποίος πρέπει να υποβάλει τα (1), (2) και (3) δικαιολογητικά της προηγούμενης παραγράφου I και όλα τα της παραγράφου II.

Ο υπεύθυνος του γραφείου πρέπει να υποβάλει υπεύθυνη δήλωση ότι δέχεται να αναλάβει και όλα τα δικαιολογητικά που αναφέρονται στην παράγραφο Ι και να έχει συμπληρώσει το 18ο έτος.

**γ) Αδειες σε εταιρίες**

Οι εταιρίες πρέπει να υποβάλουν στον ΕΟΤ το αρχικό καταστατικό τους με τις τυχόν τροποποιήσεις του. Οι Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και οι Ανώνυμες Εταιρίες (ΑΕ) υποβάλλουν και τα αντίστοιχα φύλλα Εφημερίδας της Κυβερνήσεως, όπως και πιστοποιητικό εταιρικών μεταβολών που εκδίδεται για τις ΕΠΕ από το Πρωτοδικείο και για τις Α.Ε από την υπηρεσία Εμπορίου της οικείας νομαρχίας. Οτιδήποτε υποβληθεί σε φωτοαντίγραφο να είναι επικυρωμένο και χαρτοσημασμένο. Όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά που αναφέρονται στην παράγραφο ΙΙ υποβάλλονται για την εταιρία.

Επίσης για την εταιρία υποβάλλεται και βεβαίωση Γραμματέα Πρωτοδικών από την οποία φαίνεται ότι δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.

Οι διαχειριστές και εκπρόσωποι της Εταιρίας υποβάλλουν τα δικαιολογητικά που αναφέρονται ως (1), (2) και (3) στην παράγραφο Ι. Ένας από τους διαχειριστές υποβάλλει και τα υπό στοιχεία (4) και (5) της παραγράφου Ι δικαιολογητικά.

Για τις ΕΕ και ΟΕ εάν δεν υπάρχει διαχειριστής και εκπρόσωπος που να έχει τα ουσιαστικά προσόντα (δηλαδή απολυτήριο λυκείου και ξένη γλώσσα) μπορούν να ορίσουν με αίτηση άλλο πρόσωπο ως υπεύθυνο του γραφείου για τον οποίο όμως πρέπει να υποβάλλονται όλα τα δικαιολογητικά της παραγράφου Ι.

Οι ΕΠΕ και ΑΕ θα πρέπει να υποβάλλουν επίσημο πρακτικό διορισμό εκπροσώπου υπεύθυνου Γραφείου.

**Προσοχή:** Η διάρκεια του αρχικού καταστατικού να είναι το λιγότερο πενταετής.

#### 4. ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ <sup>1</sup>

Προς τον

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αμερικής 2, 105 64 Α θ ή ν α

- α. Σας πληροφορούμε ότι εγγυόμαστε χωρίς επιφύλαξη για τ..... και για ποσό μέχρι ..... δρχ. για να χρησιμεύσει σαν εγγύηση για άδεια λειτουργίας γραφείου τουρισμού που θα χορηγηθεί καθώς και για όλους τους αντιπροσώπους, εκπροσώπους..... για κάθε συναλλαγή που προκύπτει από τις διατάξεις του Ν.393/76 «περί ίδρυσης και λειτουργίας Τουριστικού Γραφείου».
- β. Η παρούσα ισχύει από ..... μέχρι ..... (ισχύει για 5 έτη) και ένα εξάμηνο μετά την ημερομηνία ανάκλησης για οποιοδήποτε λόγο, της άδειας για την οποία εκδόθηκε η εγγυητική αυτή επιστολή.
- γ. Το ανωτέρω ποσόν τηρείται στη διάθεσή σας και σας δηλώνουμε ότι σε περίπτωση που θα μας ζητούσατε την καταβολή μέρους ή όλου του ποσού αυτού υποσχόμαστε και υποχρεούμαστε να το καταβάλουμε σε σας ή σε αυτόν που θα μας υποδείξετε το αργότερο σε τρεις μέρες από την σχετική απλή πρόσκλησή σας χωρίς να αιτιολογήσετε την πράξη σας αυτή παραιτούμενοι ρητά και ανεπιφύλακτα από κάθε ευεργετημένα από το δικαίωμα ενστάσεως καθώς επίσης και από το δικαίωμα για το νόμιμο χαρακτήρα ή όχι της αιτήσεώς σας.
- δ. Η τυχόν επιστροφή εις οιονδήποτε χρόνο θα γίνεται μόνο με έγγραφό σας.

---

<sup>1</sup>. Πληροφοριακό έντυπο για την χορήγηση αδειας λειτουργίας γραφείου γενικού ή εσωτερικού τουρισμού σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 393/76 (ΦΕΚ 199/Α/76).

## 5. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Το πρόσωπο που έχει άδεια λειτουργίας τουριστικού πρακτορείου γενικού τουρισμού μπορεί μετά από έγκριση του ΕΟΤ, να ιδρύσει υποκαταστήματα σ' όλη την Ελλάδα.

Το πρόσωπο όμως που θα αναλάβει το υποκατάστημα πρέπει να πληρεί όλες τις προϋποθέσεις. Θα πρέπει, δηλαδή, να είναι ικανός για δικαιοπραξία, να μην έχει καταδικαστεί σε ποινή φυλακίσεων μεγαλύτερη από 3 μήνες για τους λόγους που αναφέρει ο νόμος και να έχει τις απαιτούμενες γραμματικές γνώσεις.

Επιπλέον, όμως, για να δοθεί έγκριση για την ίδρυση υποκαταστήματος θα πρέπει αυτός, που έχει την άδεια λειτουργίας του τουριστικού πρακτορείου, να διαθέτει πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση, εμβαδού όχι μικρότερου από 20 τ.μ. πράγμα που θα πρέπει να αποδεικνύεται με βεβαίωση της οικείας αστυνομικής αρχής.

Για την τυχόν παράβαση των διατάξεων του νόμου που αφορά την ίδρυση και λειτουργία των τουριστικών πρακτορείων καθώς και των κανονιστικών πράξεων του ΕΟΤ που εκδίδονται σε εκτέλεσή του, που μπορεί να γίνουν από τους υπευθύνους των υποκαταστημάτων, την ευθύνη έχει ο κάτοχος της άδειας λειτουργίας του τουριστικού πρακτορείου.

Πρόβλημα μπορεί να προκύψει κατά τη διάρκεια θαλάσσιων εκδρομών και ειδικότερα όταν τα πλοία προσεγγίζουν λιμάνια, στα οποία δεν υπάρχουν υποκαταστήματα. Γι' αυτές τις περιπτώσεις ο νόμος προβλέπει ότι μπορούν να αναθέτουν κάθε φορά σε τρίτα πρόσωπα την εξυπηρέτηση των πελατών τους. Η ανάθεση αυτή, πρέπει να είναι γραπτή.

Τα γραφεία γενικού τουρισμού μπορούν να ιδρύσουν υποκαταστήματα και στο εξωτερικό. Μπορούν μάλιστα να κάνουν και εξαγωγή συναλλάγματος για τις δαπάνες εγκατάστασης του υποκαταστήματος. Η έγκριση εξαγωγής συναλλάγματος χορηγείται από την Νομισματική Επιτροπή, σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ'

### ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ

#### 1. ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΩΣΗ ΤΟΥ

Τόπος εγκατάστασης των επιχειρήσεων Πρακτορείων Ταξιδίων, συνήθως είναι ένας ισόγειος χώρος <sup>1</sup>.

Εάν η επιχείρηση βρίσκεται σε άλλους ορόφους κτιρίων, πρέπει να διαθέτει ένα χώρο στην πρόσοψη ώστε να είναι θεατός από μια κεντρική αρτηρία και επίσης το κτίριο πρέπει να είναι όσο το δυνατόν προσπελάσιμο ώστε να διευκολύνονται οι πωλήσεις. Συνήθως τα γραφεία Ταξιδίων έχουν μια μεγάλη αίθουσα ισόγεια στην πρόσοψη ενός κεντρικού δρόμου πολυσύχναστου και εάν η επιχείρηση είναι μεγάλη, μπορεί να έχει και άλλους ορόφους από πάνω, ανάλογα με το μέγεθός της. Πάντοτε προτιμάει η αρχή για την οργάνωση του χώρου του πρακτορείου ταξιδίων, ότι ο πελάτης δεν πρέπει να ταλαιπωρείται και ότι τα γραφεία τα οποία τον εξυπηρετούν πρέπει να είναι το ένα κοντά στο άλλο (*Βλ. Σχήμα 1*).

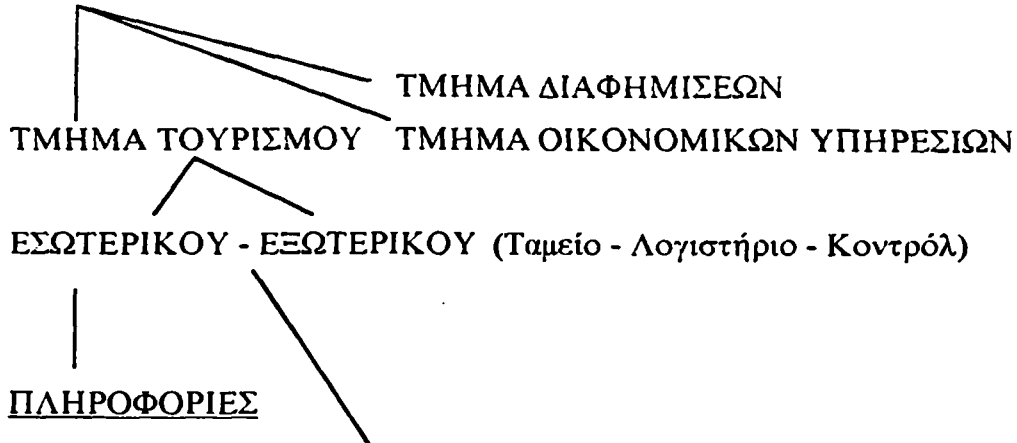
Η διακόσμηση και η επίπλωση ενός πρακτορείου ταξιδίων πρέπει να είναι όσο το δυνατόν καλύτερη, γιατί αυτός ο χώρος του πρακτορείου αποτελεί μια καλή διαφήμιση της επιχειρήσεως.

Παρακάτω παραθέτουμε σχέδιο οργάνωσης ενός τουριστικού πρακτορείου ταξιδίων.

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 17.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ



ΤΜΗΜΑ Πωλήσεως εισιτηρίων

- « Οργάνωσης ταξιδίων
- « Κρατήσεων (RESERVATION)
- « Υποδοχής - RECEPTION. Ξεναγήσεως και μεταφοράς.

ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

(Σχήμα 1)

## 2. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

Η μεσολαβητική δραστηριότητα των Τουριστικών γραφείων ταξιδίων έχει πολύ μεγάλη σημασία για την αύξηση του τουρισμού, γιατί η ζήτηση προσαρμόζεται με την τουριστική προσφορά ή και το αντίθετο, είναι δε γνωστό ότι τα πρακτορεία ταξιδίων βρίσκονται μεταξύ των τουριστικών υπηρεσιών (tour operators - παραγωγών υπηρεσιών και τουριστ. προϊόντων) και της ζήτησεως αυτών<sup>1</sup>.

Η δραστηριότητα των τουριστικών πρακτορείων επεκτείνεται κύρια σε τρεις κατευθύνσεις και συγκεκριμένα:

- α) τη διοργάνωση εκδρομών και περιηγήσεων
- β) τη διαμεσολάβηση μεταξύ τουριστών και τρίτων για την κάλυψη αναγκών των πρώτων,
- γ) την παροχή γενικά εξυπηρετήσεων που έχουν σχέση με τον τουρισμό<sup>2</sup>.

Ας αναλύσουμε τώρα αυτές τις τρεις κατευθύνσεις:

### α) Διοργάνωση εκδρομών και περιηγήσεων

Στην πλειοψηφία τους οι εκδρομές αυτές διοργανώνονται από τα ίδια τα τουριστικά πρακτορεία. Ο πελάτης απλώς επιλέγει και απολαμβάνει όλων των σχετικών υπηρεσιών καταβάλλοντας απλώς το αντίτιμο. Αυτά που εξασφαλίζονται για τον πελάτη σε τέτοιες οργανωμένες εκδρομές είναι ο χρόνος και ο τόπος μετάβασης,

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 19.

<sup>2</sup>. Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας, Αντωνίας Ευθυμιάδου - Πουλάκου, Εκδόσεις Αντ.Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987, σελ. 144.



παραμονής και επιστροφής, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, η μερική ή πλήρης διατροφή, η ξενάγηση κ.ά.

Η οργάνωση και η εκτέλεση προγραμμάτων και εκδρομών, είτε στην Ελλάδα, είτε στο εξωτερικό μπορεί να γίνεται ή με ιδιόκτητο ή με νοικιασμένο μεταφορικό μέσο. Μπορεί επίσης να γίνει και με μέσο δημοσίας χρήσεως, είτε χερσαίο είτε θαλάσσιο είτε αεροπορικό.

Για τα προγράμματα αυτά δεν απαιτείται η έγκριση του Ε.Ο.Τ.

Η έγκριση του Ε.Ο.Τ δεν απαιτείται επίσης για τις εκδρομές που διοργανώνονται από τα αναγνωρισμένα εκδρομικά σωματεία και γενικά από τις αναγνωρισμένες εκδρομικές οργανώσεις, με σκοπούς αποκλειστικά εκδρομικούς και γενικά φυσιολατρικούς. Οι εκδρομές όμως αυτές θα πρέπει να γίνονται οπωσδήποτε μέσα στη Χώρα και με συμμετοχή των μελών και των οικογενειών τους.

Αντίθετα οι εκδρομές που οργανώνονται για το εξωτερικό, πρέπει οπωσδήποτε να έχουν την έγκριση του ΕΟΤ.

## **β) Διαμεσολάβηση στην παροχή τουριστικών αγαθών**

Συχνά τα άτομα που επιθυμούν να κάνουν τουρισμό αντιμετωπίζουν δυσκολίες στο να υλοποιήσουν τα σχέδιά τους. Τα τουριστικά πρακτορεία είναι αυτά που με την διαμεσολάβησή τους αυτές οι δυσκολίες ελαχιστοποιούνται ή παρακάπτονται εντελώς.

Σύμφωνα λοιπόν με το νόμο τα ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να μεσολαβήσουν για την:

- 1) Διασφάλιση ή ενοικίαση καταλύματος.
- 2) Εκδοση εισιτηρίων για κάθε μεταφορικό μέσο όχι όμως για μετανάστευση.
- 3) Εκδοση διαβατηρίων όχι όμως για μετανάστευση.
- 4) Οργάνωση κάθε είδους συνεδρίων.
- 5) Την παραλαβή και αποστολή αποσκευών.

### γ) Παροχή άλλων εξυπηρετήσεων

Πέρα από όλα τα παραπάνω, το τουριστικό πρακτορείο είναι αρμόδιο για την παροχή και κάθε άλλης εξυπηρέτησης που έχει σχέση με τον Τουρισμό.

Τέτοιες υπηρεσίες μπορεί να είναι: η προβολή τουριστικών μονάδων, ή πληροφορίες για δρομολόγια αφίξεων και αναχωρήσεων μέσω των συγκοινωνιών και οι τιμές τους.

Πρέπει να σημειωθεί ότι τα τουριστικά γραφεία αναλαμβάνουν, όπως είναι φυσικό, και την αντιπροσώπευση στην Ελλάδα αλλοδαπών τουριστικών γραφείων και μεταφορικών επιχειρήσεων<sup>1</sup>.

## 3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

### α) Πρόγραμμα ταξιδιού

Τα Τουριστικά Πρακτορεία ταξιδιών κατά εποχή τυπώνουν προγράμματα τουριστικών μετακινήσεων, τα οποία διαφημίζουν κατάλληλα.

Στα προγράμματα αυτά περιλαμβάνονται:

1. Το ταξίδι
2. Η διαμονή
3. Η διατροφή
4. Η ξενάγηση
5. Η δαπάνη
6. Λοιπές πληροφορίες και χρονολογίες επιτεύξεως του ταξιδιού όπως και διάρκεια αυτού.

Συνήθως ο πελάτης κατατοπιζόμενος από τα έντυπα - προγράμματα, διαλέγει την κατάλληλη εκδρομή ή ταξίδι και πληρώνει στο νόμισμα της πατρίδας του μετρητοίς ή με δόσεις ανάλογα, χωρίς άλλες διατυπώσεις.

---

<sup>1</sup> ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ..... σελ. 146.

Τα οργανωμένα ταξίδια από τα πρακτορεία ταξιδίων προσφέρουν στον πελάτη με τη μικρότερη δυνατή δαπάνη την μεγαλύτερη δυνατή τουριστική απόλαυση, (ανάλογα με το πρακτορείο, την ιστορία του κ.λπ.) αφ' ενός και αφ' ετέρου ο τουρίστας δεν ασχολείται με τίποτα εκτός από την τουριστική απόλαυση, γιατί τα πάντα είναι μελετημένα και προκαθορισμένα από τα γραφεία ταξιδίων και εφαρμόζονται από τον υπεύθυνο αρχηγό του GROUP.

Το τουριστικό πρακτορείο είναι η βάση για τις πληροφορίες που χρειάζονται οι παραγωγοί (Tour-operators κ.λπ.) των τουριστικών ταξιδίων - προϊόντων ώστε να διοχετεύουν τις πωλήσεις των ταξιδίων τους στο εσωτερικό ή εξωτερικό της χώρας. Το τουριστικό πρακτορείο είναι ακόμη θα μπορούσαμε να πούμε το μεσιτικό γραφείο που βρίσκεται μεταξύ παραγωγού και πελάτου και προωθεί τις πωλήσεις των ταξιδίων για όφελος των παραγωγών, αλλά και των πελατών - Τουριστών. Αυτό βοηθά και πληροφορεί σχετικά με το ταξίδι<sup>1</sup>.

Το τουριστικό πρακτορείο, που γνωρίζει τις προτιμήσεις των τουριστών - πελατών του, θα προωθήσει τις προτιμήσεις αυτές στους Tour - operators, ώστε να προσαρμόζονται τα ταξίδια τους στις απαιτήσεις και προτιμήσεις των πελατών <sup>2</sup>.

Άλλη μορφή των τουριστικών πρακτορείων είναι αυτά να μην αναλαμβάνουν όλο ή μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου και μπορούν να δρουν ως Filiale ή αντιπρόσωποι μεγάλων εταιριών, όπως είναι εταιρίες οργανωτών ταξιδίων, μέσων συγκοινωνίας, μέσων διαμονής - διατροφής - ψυχαγωγίας κ.λπ.

Η μορφή αυτή έχει πλεονεκτήματα και για τα δύο μέρη, διότι αφ' ενός οι μεγάλες εταιρίες, πολυεθνικές πολλές φορές, δεν πραγματοποιούν πρόσθετες δαπάνες για την αύξηση των πωλήσεων του τουριστικού προϊόντος - Υπηρεσιών τους, αφ' ετέρου οι τουριστικοί πράκτορες δεν μοιράζονται μέρος ή όλο τον κίνδυνο και δεν

---

<sup>1</sup> Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 20 - 21.

<sup>2</sup> Τουριστικές Επιχ/σεις, Καφιώτη Στ., Αθήνα 1974, σελ. 30.

χρειάζονται μεγάλα κεφάλαια, ούτε χρειάζεται να έχουν αποθέματα των τουριστικών προϊόντων-υπηρεσιών με τους σχετικούς επιχειρηματικούς κινδύνους.

Υπάρχει συχνά η περίπτωση οι αεροπορικές ή ναυτιλιακές εταιρίες ή λοιπές συγκοινωνιακών μέσων εταιρίες να έχουν γραφεία τους σε μέρη που νομίζουν ότι είναι χρήσιμα στο Marketing - Διαφήμιση των εταιριών αυτών για την μεταλύτερη αύξηση και διάθεση των προϊόντων - υπηρεσιών τους αφ' ενός και αφ' ετέρου για να διαθέτουν αυτά κατ' ευθείαν στην πελατεία τους και γνωρίζουν τις ιδιαίτερες επιθυμίες της, ώστε να ενεργούν κατάλληλα στην κάλυψή τους, αλλά και να μην επιτρέπουν τυχόν διαφοροποιήσεις στις τιμές τους και άλλες τυχόν ατασθαλίες από τους μεμονωμένους πράκτορες.

#### **β) Συνεργασία με συγκοινωνιακά μέσα**

Τα γραφεία εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού έχουν επίσης βασικό μέλημά τους να συνεργάζονται με τα διάφορα συγκοινωνιακά μέσα για την πραγματοποίηση των ταξιδιών που είναι εξάλλου και ο αντικειμενικός τους σκοπός.

Τα συγκοινωνιακά μέσα διακρίνονται από δύο φορείς της οικονομίας, τον ιδιωτικό και τον δημόσιο και είναι βασικά επιχειρήσεις εντάσεων παγίου κεφαλαίου. Ακόμη αυτό εξετάζεται εάν αποσκοπούν στην μετακίνηση ατόμων ή πραγμάτων στο εσωτερικό της χώρας ή διεθνώς.

Τέλος, τα διακρίνουμε ανάλογα με το μέσο μεταφοράς σε χερσαία, θαλάσσια και εναέρια. Με την αλματώδη ανάπτυξη των τελευταίων χρόνων, σήμερα δεν είναι όνειρο η μαζική μεταφορά 400-500 ατόμων με αεροσκάφος και καταλαβαίνουμε ιδιαίτερα στον τουριστικό τομέα την δυναμικότητα του τομέως των αερομεταφορών. Αντίθετα οι θαλάσσιες μεταφορές, έπαψαν πλέον να είναι σήμερα το μαζικό μέσο μεταφοράς στους ωκεανούς μεταξύ των ηπείρων και παρατηρούμε την μεταστροφή των μέσων αυτών τα τελευταία χρόνια

προς τον τουρισμό - αναψυχή με την δημιουργία των πολυτελών και μεγάλων κρουαζιερόπλοιων. Οι χερσαίες μεταφορές, δηλαδή ο σιδηρόδρομος και το αυτοκίνητο λεωφορείο - πούλμαν ή ιδιωτικής χρήσεως έχουν την γνωστή σε όλους ανάπτυξη.

Η οικονομική πλευρά των δρομολογίων που πραγματοποιούν τα παραπάνω μεταφορικά μέσα συνίσταται και εδώ όπως και στις βιομηχανίες συνήθως σε έξοδα σταθερά και μεταβλητά <sup>1</sup>.

Θα προσπαθήσουμε σε κάθε μέσο μεταφοράς ξεχωριστά να εντοπίσουμε τις σταθερές και μεταβλητές δαπάνες που συνιστούν γενικά κατά είδος το κόστος μεταφοράς αυτών.

Στις χερσαίες μεταφορές το σταθερό κόστος περιλαμβάνει τις αποσβέσεις, τις δαπάνες διοικήσεως, τους τόκους, τα γενικά έξοδα σταθμών - συνεργείων κ.λπ., ενώ το μεταβλητό κόστος περιλαμβάνει εισιτήρια, μισθούς, καθαρισμό - των οχημάτων, στολές προσωπικού, καύσιμα - λιπαντικά, ελαστικά - τροχοί κ.λπ. <sup>2</sup>.

Στις θαλάσσιες μεταφορές το σταθερό κόστος περιλαμβάνει τις αποσβέσεις, τις δαπάνες διοικήσεως στην ξηρά μόνο, τους τόκους, τα ασφάλιστρα, τις επιθεωρήσεις ΥΕΝ κ.λπ., ενώ το μεταβλητό κόστος περιλαμβάνει τον καθαρισμό των σκαφών, έξοδα φορτοεκφορτώσεως, έξοδα ελιμενισμού, έξοδα - δαπάνες διαμονής, διατροφής, διασκέδασης, δαπάνες διοικήσεως καταστρώματος - μηχανής, στολές προσωπικού κ.λπ.

Στις αεροπορικές μεταφορές το σταθερό κόστος περιλαμβάνει, αποσβέσεις, δαπάνες διοικήσεως, τόκους, ασφάλιστρα, τα γενικά κ.λπ. έξοδα εδάφους ενώ το μεταβλητό κόστος περιλαμβάνει έξοδα - δαπάνες αεροδρομίου, διατροφή επιβατών - προσωπικού, καύσιμα - λιπαντικά, δαπάνες προσωπικού αεροσκαφών, έξοδα συντηρήσεως αεροσκαφών κ.λπ.

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 22 - 23.

<sup>2</sup>. Τουριστική Οικονομία, Νίκος Ηγουμενάκης, Αθήνα 1991, σελ. 28.

Επίσης θα πρέπει να σημειώσουμε την θετική προσφορά της χρονοναύλωσης με τα θετικά σημεία της στον τουρισμό τα τελευταία χρόνια, διότι και τα μεταφορικά μέσα, αλλά και τα καταλύματα κάθε είδους μειονεκτούσαν στις κρατήσεις την χειμερινή περίοδο. Μόλις όμως οι τουριστικοί πράκτορες αναδιπλώθηκαν στις συμβάσεις, άρχισε η όλη υπόθεση Τουρισμός να παίρνει την σημερινή τους μορφή με τις πολύ προσιτές τιμές κατά την χειμερινή περίοδο, για τους τουρίστες, με την εξασφάλιση ικανοποιητικού αριθμού θέσεων και δωματίων για την θερινή εποχή από τα πρακτορεία και τέλος με την εξασφάλιση καλύτερων οικονομικών αποτελεσμάτων και για τις δύο πλευρές.

#### **4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ**

Τα γραφεία γενικού ή εσωτερικού τουρισμού υποχρεούνται να διαθέτουν άρτια και ευπρεπή γραφειακή εγκατάσταση.

Όσον αφορά τις συναλλαγές τους, τα κάθε είδους έντυπα που προορίζονται γι' αυτές θα πρέπει να φέρουν τα διακριτικά του Γραφείου. Συγκεκριμένα θα πρέπει να έχουν την επωνυμία τους και τον αριθμό αδείας λειτουργίας του τουριστικού γραφείου.

Όταν διοργανώνουν κάθε είδους εκδρομή θα πρέπει να καταρτίζουν αναλυτικό πρόγραμμα της εκδρομής σε έντυπο του γραφείου, στο οποίο θα αναφέρονται:

- α) Το αναλυτικό και χρονολογικό πρόγραμμα της εκδρομής
- β) Οι υπηρεσίες που προσφέρονται με κάθε λεπτομέρεια
- γ) Τα χιλιόμετρα που θα διανύονται κάθε μέρα
- ε) Το αντίτιμο της εκδρομής.

Επίσης τα τουριστικά πρακτορεία έχουν ορισμένες υποχρεώσεις ως προς τα ξενοδοχεία. Πιο συγκεκριμένα, τα τουριστικά γραφεία αναλαμβάνουν με την σύμβαση των Allotments και με ποινή ακυρότητας της σύμβασης αυτής, την υποχρέωση να καλύψουν ορισμένο ποσοστό

του συνόλου των Allotments που συμφωνήθηκαν κατά τη μέση τουριστική περίοδο (Απρίλιο, Μάιο, Οκτώβρη). Το ποσοστό αυτό καθορίζεται ελεύθερα κατά μήνα από τους αντισυμβαλλόμενους. Σε περίπτωση που το τουριστικό πρακτορείο δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του αυτή, ο ξενοδόχος δικαιούται να προβεί σε μείωση των κλινών που συμφωνήθηκαν για την περίοδο της αιχμής (Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο), ανάλογα προς το ποσοστό των Allotments που δεν καλύφθηκε.

Τέλος, υπενθυμίζουμε την υποχρέωση που έχει το τουριστικό γραφείο να ειδοποιήσει με απόδειξη τον ξενοδόχο, εφόσον επιθυμεί την ακύρωση μέρους ή του συνόλου των κλινών που συμφωνήθηκαν, 21 τουλάχιστον ημέρες πριν από την μέρα άφιξης των πελατών που συμφωνήθηκε. Σε αντίθετη περίπτωση είναι υποχρεωμένος σε καταβολή αποζημίωσης.

Αντίστοιχα βέβαια όπως είναι ήδη γνωστό, και ο ξενοδόχος έχει την δυνατότητα να αποδεσμευτεί από την υποχρέωσή του μέσα στο χρονικό αυτό όριο των 21 ημερών<sup>1</sup>.

## **5. ΤΟ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ**

Το λογιστήριο έχει σαν κύριο σκοπό λειτουργίας του αφ' ενός την τήρηση των Λογιστικών βιβλίων για την παρακολούθηση της κινήσεως των διαφόρων στοιχείων, αφ' ετέρου την εξαγωγή διαφόρων αποτελεσμάτων και στατιστικών στοιχείων, όπως επίσης και τον καθορισμό της θέσεως της επιχειρήσεως από οικονομικής σκοπιάς.

Η λογιστική στα τουριστικά πρακτορεία είναι απλή γιατί εδώ μας ενδιαφέρουν οι εισπράξεις και οι δαπάνες μόνο<sup>2</sup>.

Το ταμείο πραγματοποιεί όλες τις εισπράξεις και τις πληρωμές της επιχειρήσεως. Η διεύθυνση σε συνεργασία με τον προϊστάμενο του

---

<sup>1</sup> ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ..... σελ. 152.

<sup>2</sup> Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 24 - 25.

<sup>3</sup> Τουριστική Οικονομία, Νίκος Ηγουμενάκης, Interbooks, Αθήνα 1991, σελ. 40.

λογιστηρίου φροντίζει για να βρει τα απαραίτητα κεφάλαια για χρηματοδότηση αφ' ενός της κινήσεως του πρακτορείου (κεφάλαια κινήσεως, ρευστό ή αμέσως ρευστοποιήσιμα), αφ' ετέρου δε για την χρηματοδότηση της επιχειρήσεως, για επέκτασή της και των εργασιών της, ακόμη δε και για την προμήθεια υλικού (μηχανές κ.λπ.) για τον εκσυγχρονισμό του πρακτορείου ταξιδίων με τα τελευταία δεδομένα της τεχνικής. Επίσης το τουριστικό πρακτορείο ταξιδίων πρέπει να διαθέτει ένα κεφάλαιο ξένων νομισμάτων για την εξυπηρέτηση των πελατών του μόνο του ή σε συνεργασία με ξένα πρακτορεία, τράπεζες κ.λπ. Η λογιστική των πρακτορείων ταξιδίων είναι ένας ειδικός κλάδος της Λογιστικής, ο οποίος ενδιαφέρεται για διάφορα προβλήματα, όπως τα της ιδρύσεως και της διεξαγωγής της δραστηριότητας της επιχειρήσεως, της λήξεως της προκαθορισμένης περιόδου διαχειρίσεως χρονικά και ακόμη της επαναλήψεως για συνέχιση της δράσεως του πρακτορείου.

## **6. Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ**

### **α) Η διαφήμιση γενικά**

Αποβλέπει στην με κάθε θεμιτό μέσο απόκτηση πελατείας και επίτευξη εμπορικού κέρδους. Η διαφήμιση αναπτύχθηκε με την ανακάλυψη της τυπογραφίας. Στο εμπόριο η διαφήμιση αποτελεί επιτακτική ανάγκη, επιβαρύνει μεν με τα έξοδά της το εμπόρευμα (ταξίδι), αλλά η απόδοσή της εκ της αυξήσεως της καταναλώσεως καλύπτει τα έξοδα αυτά και προσκομίζει κέρδος τόσο στον πράκτορα ταξιδίων, όσο και στον πελάτη, με την παραγωγή του συναγωνισμού, την ως εκ τούτου μείωση της τιμής και την εκλογή του καλύτερου σε ποιότητα είδους.

Η καλύτερη διαφήμιση είναι εκείνη η οποία αναπαριστά καλύτερα το διαφημιζόμενο είδος, εξαίρει τα πλεονεκτήματά του και



χρησιμοποιεί για επίτευξη του σκοπού της κάθε επινόηση του ανθρώπινου πνεύματος και κάθε μηχανική εφεύρεση.

Η διαφήμιση πρέπει να είναι φυσική και τεχνική.

## I. Η ΦΥΣΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Μέσα της φυσικής διαφήμισης είναι το όνομα του εμπορεύματος, το σήμα κατατεθέν, η συσκευασία, η εξωτερική όψη και η εσωτερική οργάνωση του καταστήματος, οι όροι πωλήσεως και η καλή και ευπρόσωπη υπαλληλία.

## II. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η τεχνική διαφήμιση περιλαμβάνει: α) τις δημοσιεύσεις στις εφημερίδες, β) την αποστολή καταλόγων και διαφημιστικών φυλλαδίων, γ) την τοιχοκόλληση και ανάρτηση μεγάλων διαφημιστικών πινάκων, δ) τις φωτεινές προβολές, ε) τις διαφημίσεις στον κινηματογράφο, τηλεόραση, ραδιόφωνο με διάφορες εκφωνήσεις.

### **β) Η τουριστική διαφήμιση**

Η τουριστική διαφήμιση έχει την μορφή οργανωμένης προσπάθειας της οποίας σκοπός είναι η έξαρση και η προβολή των τουριστικών πλεονεκτημάτων της χώρας.

Βασική επιδίωξη της διαφημιστικής προσπάθειας αλλά όχι και μοναδική, είναι η αύξηση του όγκου των επισκεπτών. Παράλληλη επιδίωξη είναι η επιλογή του τουριστικού ρεύματος. Πρέπει δηλαδή να επιδιώκεται η προσέλκυση επισκεπτών από τις πλέον ενδεδειγμένες κατηγορίες, στις συμφέρουσες εποχές του τουριστικού μας έτους, στις πλέον κατάλληλες τουριστικές περιοχές με τα προσφορότερα συγκοινωνιακά μέσα και με το σκοπό να παραμείνουν αυτοί στην χώρα μας επί όσο το δυνατόν μακρύτερο διάστημα.

Εντός των ανωτέρω πλαισίων θα πρέπει να κινηθεί η διαφημιστική μας προσπάθεια, αφού προηγουμένως διερευνηθεί η διεθνής τουριστική αγορά.

Αφού προσδιορίσουμε ποιούς πρέπει να προσελκύσουμε, πρέπει εν συνεχεία να καθορίσουμε τους τύπους εντός του εθνικού τουριστικού χώρου στους οποίους θα τους προωθήσουμε.

Στη συνέχεια αναζητούμε τον καταλληλότερο χρόνο προσελκύσεως επισκεπτών, ο οποίος είναι απομακρυνόμενος όσο το δυνατόν περισσότερο του χρόνου αιχμής.

Η διαφήμιση θα πρέπει να πραγματοποιείται και στο εσωτερικό της χώρας και να προτρέπει τον αφιχθέντα επισκέπτη να επισκεφτεί ονομαστούς τουριστικούς τόπους.

Η διαφήμιση στο εξωτερικό της χώρας θα πρέπει να απευθύνεται και προς το ντόπιο στοιχείο το οποίο θα καλεί να επισκεφθεί διάφορους τόπους που προσφέρονται για παραθερισμό.

Τέλος πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη στις διαφημίσεις μας στην τουριστική αγορά ότι το τουριστικό προϊόν δεν πηγαίνει στον τουρίστα - καταναλωτή όπως ενδεχομένως τα άλλα αγαθά, αλλά ο τουρίστας - καταναλωτής πηγαίνει για να καταναλώσει το τουριστικό προϊόν εκεί που βρίσκεται.

## **7. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ**

### **α) Ορισμός**

Ο Διεθνής Οργανισμός Δημοσίων Σχέσεων (IPRA) λέει: «Δημόσιες Σχέσεις είναι μια διοικητική λειτουργία διαρκούς και προγραμματισμένου χαρακτήρα, με την οποία Δημόσιοι ή Ιδιωτικοί οργανισμοί και οργανώσεις επιζητούν να κερδίσουν και να διατηρήσουν την κατανόηση, την συμπάθεια και την υποστήριξη εκείνων με τους οποίους έρχονται σε επαφή, για τον προσεταιρισμό της κοινής γνώμης.

Η Ελληνική εταιρία Δημόσιων Σχέσεων λέει: «Δημόσιες Σχέσεις είναι η επιτελική λειτουργία της Διοικήσεως ενός Δημοσίου ή Ιδιωτικού οργανισμού ή οιασδήποτε ομάδας, η οποία ερευνά τις τάσεις του κοινού έναντι αυτών, με τον σκοπό όπως, με κατάλληλη συμπεριφορά και συστηματική επικοινωνία, δημιουργήσει και διατηρήσει την ευνοϊκή στάση και επιτύχει την σταθερή συνεργασία των κοινωνικών ομάδων, οι οποίες αμέσως ή εμμέσως μπορούν να επιδράσουν στην δραστηριότητά της.

Δηλαδή οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν σαν αντικείμενο κοινωνικές ομάδες μικρές ή μεγάλες μετά των οποίων έχει συνεργασία η Επιχείρηση ή Οργανισμός ο οποίος κάνει Δημόσιες σχέσεις και οι οποίες κάνουν έρευνα και έχουν επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ τους, κατόπιν εφαρμογής ενός προγράμματος με στόχο την καλή φήμη, εμπιστοσύνη και κατανόηση από τον κόσμο. Οι Δημόσιες σχέσεις αποτελούν όχι μόνο συμβουλευτική υπηρεσία (επιτελική) αλλά και εκτελεστική.

**β) Οι δημόσιες σχέσεις και οι διαφορές τους από την διαφήμιση**

Άλλες είναι οι δημόσιες σχέσεις όπως αναφέρονται παραπάνω και άλλη η διαφήμιση.

Η διαφήμιση ενημερώνει και καθοδηγεί αφ' ενός τον πελάτη - καταναλωτή και αφ' ετέρου γνωστοποιεί και προβάλλει τις διάφορες υπηρεσίες ή προϊόντα ώστε να επιτευχθεί τελικά η αύξηση της καταναλώσεως. Οι Δημόσιες σχέσεις δεν χρησιμοποιούν ποτέ την υπερβολή ενώ η διαφήμιση τακτικά.

Οι Δημόσιες σχέσεις απευθύνονται στο κοινό σαν έργα υποδομής, πάνω στα οποία στηρίζεται άνετα η διαφήμιση.

Οι Δημόσιες σχέσεις αποβλέπουν στο να πείσουν το κοινό για την μεγάλη αξία της επιχειρήσεως (της οικονομικής μονάδας) με την προϋπόθεση ότι αυτό θα βοηθήσει και θα συμπαρασταθεί τελικά, ενώ η διαφήμιση αποβλέπει στο να γνωστοποιήσει και προβάλλει κατόπιν

όλα τα πλεονεκτήματα των υπηρεσιών - αγαθού (προϊόντος) ώστε να πεισθεί τελικά ο πελάτης - καταναλωτής.

Μέσα αυτών για επίτευξη των σκοπών τους είναι: Ο τύπος, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, η φωτεινή εφημερίδα του τοίχου, ταινίες κινηματογραφικές διάφορες, το τηλέφωνο, οι δίσκοι, διαφάνειες, διάφορες εκθέσεις, περιοδικά, αποστολή επιστολών κ.λπ.

Δεν πρέπει να μας διαφεύγει σε όλη μας την προσπάθεια για την επιτυχία της διευθύνσεως - Marketing, ότι αυτό που λέμε τουριστικό προϊόν, είναι βασικά προσφορά υπηρεσιών και δεν είναι δυνατόν από την φύση του ούτε να το αποθηκεύσουμε ούτε να το διατηρήσουμε για άλλη εποχή ώστε να το προσφέρουμε σε ευθετότερο χρόνο με ενδεχόμενη ζήτηση μεγαλύτερη και σε καλύτερη τιμή.

## **8. ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΩΣ ΤΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ**

Ο Α.Ν. 864/37 ήταν βασικός για τα πρακτορεία. Επίσης έχουμε καθορισμό των εγγυήσεων με Β.Δ. (Ν. 393/76 Γραφ. Γεν. Τουρισμού εγγύηση 300.000 δρχ. Ν. 393/76 Γραφ. Εσωτ. Τουρισμού εγγύηση 100.000 δρχ.).

Το Β.Δ. 16/28-1-1938 «περί του τρόπου χαρακτηρισμού επιχειρήσεων ή χρήσεως ως τουριστικών» καταργήθηκε. Επίσης το Β.Δ.12.12.40/10-1-1950 «περί του τρόπου χαρακτηρισμού επιχειρήσεων ως τουριστικών» καταργήθηκε<sup>1</sup>.

Σήμερα έχουμε Β.Δ. 25/6-7-61 (ΦΕΚ Α' III) «περί χαρακτηρισμού επιχειρήσεων ως τουριστικών».

Μια επιχείρηση λέγεται «τουριστική» εφ' όσον πάρει άδεια από τον Ε.Ο.Τ. (2ετή). Τέτοιες επιχειρήσεις είναι:

---

<sup>1</sup> Εγκύκλιος ΕΟΤ 533535/3-10-88 σχετικά με τον «προσδιορισμό γνώσεων υπευθύνων τουριστικών γραφείων».

- 1) Αυτοκίνητα πούλμαν - λεωφορεία ή επιβατηγά χωρίς μετρητή όπως και αυτοκίνητα καντίνες.
- 2) Οποιοδήποτε κατάστημα, γραφείο ή επιχείρηση η οποία μπορεί να εξυπηρετήσει παραθεριστές, ταξιδιώτες - τουρίστες.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις για να αναγνωρισθούν πρέπει οι κτιριακές τους εγκαταστάσεις, ο εξοπλισμός και η εμφάνισή τους, τα μέσα αερισμού, υγιεινής γενικά σε γραφεία και κοινόχρηστους χώρους και το προσωπικό, να πληρούν τους όρους του ως άνω Β.Δ.

Για τις μεταφορικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει ακόμη ο Διευθυντής αυτών να έχει πενταετή πείρα και κεφάλαιο 500.000 δραχμών τουλάχιστον.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν: Να χρησιμοποιούν ιδιαίτερο σήμα εγκεκριμένο από τον ΕΟΤ, να έχουν ανώτερο τιμολόγιο, να καταχωρούνται σε ειδικά τουριστικά έντυπα στο εσωτερικό ή εξωτερικό και να συνιστώνται από τον ΕΟΤ σε ομάδες ταξιδιωτών, να παραμένουν τις αργίες ανοικτές κατόπιν αδείας αρμοδίας να παίρνουν τουριστικά δάνεια κατά το Ν.Α.Δ. 181/46, όπως να έχουν και κάθε άλλο δικαίωμα το οποίο δυνατόν να δίνεται στον κλάδο.

## **9. ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ**

Οι εργασίες που πραγματοποιούνται με το τηλέτυπο ή τηλεαυτόγραφο είναι πολλαπλές στα γραφεία ταξιδίων.

Τα τελευταία έτη έχουμε αυξημένη χρήση του αυτοματισμού στις κρατήσεις επί παραδείγματι και έτσι απλοποιείται η εργασία και βοηθούνται οι ταξιδιώτες, οι οποίοι καθημερινά πληθύνονται. Στην Ευρώπη - Γαλλία - Αγγλία, αλλά και στις ΗΠΑ, έχει εισαχθεί το σύστημα της ηλεκτρονικής κρατήσεως δωματίων (RESERVATIONS). Στην Γαλλία το κέντρο ηλεκτρονικών εγκεφάλων του Βιλζενυ εξυπηρετεί όλα τα ξενοδοχεία, όπως και τα Γραφεία Ταξιδίων της

χώρις ίριστα και έχει δυνατότητες εξυπηρετήσεως αυτών σε όλο τον κόσμο.

Λόγω της πληθώρας των πελατών των Γραφείων Ταξιδίων και των ξενοδοχείων όπως και των απαιτήσεων των πελατών, θα ήταν αδύνατη η εξυπηρέτηση αυτών, αν δεν υπήρχε η ηλεκτρονική κράτηση (ELECT, RESERVATIONS), το κόστος δε θα ήταν πολύ μεγαλύτερο με την πληθώρα του προσωπικού το οποίο θα απαιτείτο για την εργασία αυτή.

Η ηλεκτρονική κράτηση έχει καθιερωθεί επίσης στην AIR FRANCE και τους Γαλλικούς σιδηρόδρομους.

Οι ΗΠΑ πρωτοστατούν στον τομέα αυτό π.χ. η «Χολινταίη Ιν» συνδέεται με 1.650 ξενοδοχεία στον κόσμο με ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων, η αεροπορική εταιρία «PAN-AM» με τα «INTERNATIONAL» συνδέεται με 20.000 περίπου δωμάτια, η TWA με 18.0000 περίπου δωμάτια στα HILTON κ.λπ.

Στην Αγγλία η εταιρία «INTERNATIONAL RESERVATIONS» διά μέσου ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή έχει ένα σύστημα κρατήσεων δωματίων σε πολλά ξενοδοχεία της Ευρώπης, δηλαδή όποιος επιθυμεί δωμάτιο σε ένα ξενοδοχείο Α', Α', Α' συνδέεται τηλεφωνικώς με ένα γραφείο κρατήσεως δωματίων και σε χρόνο ρεκόρ (15'' δευτερόλεπτα) η κράτηση του δωματίου έχει γίνει (εννοείται ότι το ξενοδοχείο πρέπει να είναι συμβεβλημένο, αλλιώς το Γραφείο Ταξιδίων πραγματοποιεί την κράτηση με τους συνήθεις τύπους). Το σύστημα αυτό συναντάται και στην Μεγάλη Βρετανία, Ιρλανδία, Ελβετία, ΗΠΑ και σε σύντομο χρονικό διάστημα θα επεκταθεί στην Γερμανία<sup>1</sup> και Γαλλία.

Επίσης είναι δυνατόν να συναντήσουμε για τις εργασίες του Γραφείου Ταξιδίων και άλλες μηχανές, όπως είναι:

- α) Οι ταμειακές μηχανές κινητών πλήκτρων με ή χωρίς χαρτοταινία, όπως και οι ταμειακές μηχανές με ευθύγραμμο τον αθροιστή τους.
- β) Οι λογιστικές μηχανές ηλεκτρομηχανικές, για το Λογιστήριο.

<sup>1</sup> Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 52 - 53.

- γ) Χρήσιμη ακόμα είναι η γραφομηχανή με ηλεκτρονική μνήμη και μαγνητική κάρτα η οποία αποθηκεύει δακτυλογραφημένα στοιχεία και κάνει αυτόματα τις περισσότερες εργασίες της δακτυλογράφου.
- δ) Φωτοαντιγραφικό μηχάνημα. Επίσης η συνεχή αύξηση των αναγκών της επεξεργασίας, οδηγεί στην αναζήτηση νέων δικτύων τα οποία είναι εύκολο να αναπτυχθούν και να χρησιμοποιηθούν οικονομικά.

Κάθε τουριστική επιχείρηση ή οργανισμός έχει συνεχή ανάγκη από στοιχεία τα οποία καθορίζουν την κατάστασή τους μια δεδομένη στιγμή. Η συλλογή των στοιχείων αυτών γίνεται με την μέθοδο π.χ. DATA BASE / COMMUNICATION SYSTEM της IBM, από ένα κεντρικό αρχείο με τηλεπεξεργασία. Η IBM ακόμη έχει το πρόγραμμα INFORMATION MANAGEMENT SYSTEM με υπερβατική μνήμη (IMS/VS), το οποίο βοηθάει στην εφαρμογή των παραπάνω. Η υπερβατική μνήμη IMS/VS προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, όπως αυτοτέλεια και αξιοπιστία, προηγμένες μεθόδους προσπελάσεως και τέλος οδηγίες λειτουργία δικτύου τηλεπεξεργασίας.

Το «SYSTEM NETWORK ARCHITECTURE» της IBM είναι μια επινόηση η οποία εξυπηρετεί τις σημερινές και μελλοντικές ανάγκες τηλεπεξεργασίας, γιατί προσφέρει πρότυπο λογικό σύνδεσμο μεταξύ μονάδας ελέγχου γραμμών και τερματικών σταθμών, διαχωρισμό μεταξύ οδηγιών λειτουργίας δικτύου και λειτουργίας εφαρμογής, εξάλειψη διαφόρων κωδικοποιήσεων μεταξύ τοπικών και μακρινών τερματικών σταθμών και καλύτερη δυνατή χρησιμοποίηση γραμμών.

## **10. ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ**

Πρέπει να αναφέρουμε ιδιαίτερα τα μέσα επικοινωνίας στα Πρακτορεία Ταξιδίων. Ο σκοπός και ο ρόλος τους είναι διττός. Αφ'

ενός μεν συντελούν στην αύξηση του τουρισμού ενός κράτους, αφ' ετέρου δε στην αύξηση του επιχειρηματικού τζίρου των επιχειρήσεων και στην αύξηση των δραστηριοτήτων τους.

Αναπτύσσοντας τις Δημόσιες Σχέσεις τα Πρακτορεία Ταξιδίων επιδιώκουν την βελτίωση της λειτουργίας τους.

Αναπτύσσοντας την Δημοσιότητα - Διαφήμιση επιδιώκουν να διεγείρουν τον τουρίστα (εσωτερικός - εξωτερικός τουρισμός) ώστε να οδηγηθεί στο Πρακτορείο για να αγοράσει το διαφημιζόμενο ταξίδι.

Ο σκοπός που επιδιώκει το Πρακτορείο είναι γενικά η προώθηση των πωλήσεων, δηλαδή η διάθεση στον καταναλωτή του προϊόντος μέσω των γνωστών οδών.

Από την πλευρά του κράτους που θέλει να πετύχει την καλύτερη ανάπτυξη στον εισαγόμενο - ενεργητικό τουρισμό του, πρέπει οι πληροφορίες που δίνει προς τους τουριστικούς παράγοντες αλλά και προς τους μεμονωμένους τουρίστες, να είναι αληθινές.

Βέβαια άλλες πληροφορίες θα δοθούν στους μεμονωμένους τουρίστες και άλλες στους επαγγελματίες. Οι επαγγελματίες χρειάζονται βασικά πληροφορίες για τα αξιοθέατα της περιοχής, για τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν, τα ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα των τουριστών, για τα έργα υποδομής της περιοχής, για τα μεταφορικά μέσα που διατίθενται, τις τιμές που προγραμματίζονται και λοιπές χρήσιμες κατά περίπτωση πληροφορίες.

Οι ενέργειες - διαδικασίες, για να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα οι κρατικοί οργανισμοί τουρισμού, βασικά συνοψίζονται στα εξής παρακάτω:

α) Πρέπει να ιδρύονται γραφεία τουρισμού στο εξωτερικό και το εσωτερικό της χώρας (ΥΤΕΞ - ΠΥΤ), για να αναπτυχθούν οι σχετικές αγορές και να ενημερώνονται κατάλληλα επαγγελματίες και κοινό, με την προσφορά υπεύθυνων υπηρεσιών και με ταυτόχρονη θερμή επιδίωξη για πολύ καλές σχέσεις - συνεργασία με τους τοπικούς δημοσιογράφους - τουρισμού.



β) Σε χώρες που μπορούμε να αναπτύξουμε περισσότερο τον τουρισμό του κράτους που ενδιαφερόμαστε, πρέπει να οργανώνονται προγράμματα για μάρκετινγκ - διαφήμιση, σεμινάρια, ταξίδια στο εσωτερικό του κράτους με προκλήσεις από υπεύθυνους οργανισμούς σε δημοσιογράφους - τουρισμού, συγγραφείς - τουρισμού, παραγωγούς - παρουσιαστές σχετικών τηλεοπτικών - ραδιοφωνικών προγραμμάτων, οργανωτές - ταξιδιωτικούς πράκτορες για να επιτευχθεί η δυνατή προβολή στις μάζες απ' όλα τα σχετικά μέσα ενημέρωσης με όλη την δημοσιότητα που μπορεί να γίνει για τις υπό ανάπτυξη τουριστικές περιοχές.

γ) Πρέπει να ετοιμάζεται με κάθε λεπτομέρεια και φροντίδα υλικό με πληροφορίες τουριστικού ενδιαφέροντος και να διατίθεται στους οργανωτές - ταξιδιωτικούς πράκτορες που πρόκειται να προωθήσουν τις πωλήσεις δυναμικά. Πρέπει να αναπτύσσονται στενές επαφές με τους παραπάνω πράκτορες όπως και με εταιρίες αεροπορικές, ναυτιλιακές, αυτοκινήτων, σιδηροδρομικές και με τις σχετικές ακόμη κρατικές υπηρεσίες για την επίτευξη τουριστικού ρεύματος για το υπό συζήτηση κράτος. Οι τουρ-οπερέτορς θα πρέπει ακόμη και να ενισχύονται οικονομικά, όταν σε υπό ανάπτυξη περιοχές του κράτους, οργανώνουν τουριστικά πακέτα.

## **11. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ**

Οι διαδικασίες ενός τουριστικού γραφείου είναι:

- α) Οργανώνει ατομικά ή ομαδικά ταξίδια, κρουαζιέρες και εκδρομές εντός ή εκτός της Ελλάδος.
- β) Παρέχει κάθε δυνατή διευκόλυνση στους μετακινούμενους πελάτες (ταξιδιωτικά cheques).
- γ) Κρατάει θέσεις ή εκδίδει εισιτήρια σε μεταφορικά μέσα, ξενοδοχεία, θεατρικές ή καλλιτεχνικές παραστάσεις, φεστιβάλ κ.ά.

- δ) Εκδίδει διαβατήρια.
- ε) Εκδίδει ασφαλιστήρια συμβόλαια των πελατών του.
- στ) Πραγματοποιεί τις τουριστικές διαφημίσεις και δίνει τουριστικές και άλλες πληροφορίες.

Για τις παραπάνω εργασίες παίρνει προμήθεια είτε απ' ευθείας είτε μέσω των VOUCHERS αργότερα. Το ύψος της προμήθειας ρυθμίζεται κατόπιν συμφωνίας. Πολλές φορές το κράτος τη ρυθμίζει αυτή, π.χ. ο ΕΟΤ λέει ότι δεν μπορεί να είναι η προμήθεια των ξενοδοχείων προς τα πρακτορεία ταξιδίων άνω του 10%. Επίσης πρακτορεία από τα χρήματα που προπληρώνουν οι πελάτες τους πριν την εκδρομή 15 ημέρες έως 1 μήνα, έχουν ένα κέρδος, από την σωστή τοποθέτησή τους <sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ. Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 81.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο Δ '

### ΚΡΑΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ

#### 1. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Η θέσπιση διεθνών κανονισμών για τις αερομεταφορές πρέπει να έχει σαν στόχο την επίτευξη τακτικών, άνετων και ασφαλών αεροπορικών ταξιδίων αλλά και οικονομικών συγχρόνως και σ' αυτή την προσπάθεια τείνουν και οι τουριστικοί παράγοντες, γιατί πρέπει να γίνει κατανοητό ότι όσο πιο χαμηλοί είναι οι ναύλοι τόσο πιο υψηλού επιπέδου υπηρεσίες από τα σύγχρονα αυτά μεταφορικά μέσα <sup>1</sup>.

Προς το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου όλοι οι σύμμαχοι συνήλθαν στο Σικάγο των ΗΠΑ το 1944 και αναγνώρισαν τα κυριαρχικά δικαιώματα των Κρατών στον δικό τους εναέριο χώρο. Κάθε ανεξάρτητο κράτος μπορεί με άλλα κράτη να συνάπτει διμερείς συμφωνίες, οι οποίες είναι οι ελευθερίες (που δεν είναι δικαιώματα αλλά προνόμια), στην εναέριο κυκλοφορία που παραχωρεί το ένα κυρίαρχο κράτος προς άλλα κράτη.

Οι διμερείς συμφωνές μεταξύ των Κρατών διακρίνονται σε δύο τύπους, τον προκαθοριστικό και τον ελεύθερο ή «Bermuda - Type».

Συνήθως οι Κρατικές αεροπορικές εταιρίες ρυθμίζουν τις σχέσεις τους μεταξύ των διαφόρων κρατών που αντιπροσωπεύουν, ώστε να έχουν την αποκλειστικότητα των αερομεταφορών στον χώρο τους <sup>2</sup>.

Οι διμερείς Κρατικές συμφωνίες του προκαθοριστικού τύπου χρησιμοποιούνται συνήθως στον Τρίτο κόσμο. Αυτού του τύπου οι συμφωνίες ορίζουν ακριβώς την δυνατότητα που πρέπει να έχουν τα αεροπλάνα σε μεταφερόμενους επιβάτες, σε κάθε χώρα και αυτό γίνεται

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 33-34.

<sup>2</sup>. Απόφαση διοικητή της ΥΠΑ, σε ισχύ από 10.2.1987 «περί κανονισμού πτήσεων charter».

ώστε το μισό τουλάχιστον του αριθμού των αερομεταφερομένων να ταξιδεύει με αεροπλάνα των όχι αναπτυγμένων οικονομικά χωρών.

Ο ελεύθερος τύπος ή «Bermuda - Type» που έχει πάρει την ονομασία από την συμφωνία που έγινε μεταξύ των Αμερικανών και Αγγλων δεν περιορίζει την δυνατότητα των Κρατικών αεροπορικών εταιριών σε μεταφερόμενους επιβάτες. Οι διμερείς αυτού του τύπου κρατικές συμφωνίες χρησιμοποιούνται συνήθως στις Δυτικές χώρες που είναι και αναπτυγμένες οικονομικά.

Τα προνόμια - διευκολύνσεις που παραχωρούνται από κράτος με κυριαρχικά δικαιώματα στον εναέριο χώρο του σε άλλο κράτος, σύμφωνα με την συμφωνία του Σικάγου των ΗΠΑ, είναι τα παρακάτω:

- α) Η διέλευση αεροπλάνων χωρίς προσεδάφιση πάνω από το κράτος π.χ. γαλλικά αεροσκάφη για να έρθουν στην Ελλάδα περνούν πάνω από την Ιταλία.
- β) Η προσεδάφιση αλλά για τεχνικούς λόγους π.χ. παραλαβή καυσίμων κ.λπ.
- γ) Η προσεδάφιση για αποβίβαση μόνο επιβατών, στα πλαίσια των Εμπορικών Ελευθεριών - Προνομίων.
- δ) Η προσεδάφιση για επιβίβαση επιβατών, στα πλαίσια των Εμπορικών Ελευθεριών - Προνομίων, ή και η από σημείου σε σημείο μετακίνηση.
- ε) Η προσεδάφιση και η αποβίβαση - επιβίβαση επιβατών σε τρίτη όμως χώρα π.χ. Η γαλλική αεροπορική γραμμή, μεταξύ Παρισίου (σημείου) - Καίρου (σε σημείο) είναι δυνατόν να πάρει επιβάτες από Γενεύη για αποβίβαση σε Αθήνα, Λάρνακα κ.λπ.

## 2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΝΩΣΗ (I.H.A)

Οι διάφορες Ξενοδοχειακές Ενώσεις συνενώθηκαν την 18η Μαρτίου 1946 σε μία, την INTERNATIONAL HOTEL ASSOCIATION (I.H.A) (αγγλικός τίτλος) ή ASSOCIATION INTERNATIONALE DE L'HOTELLERIE (A.I.H.) (γαλλικός τίτλος). Σκοποί της είναι:

- α) Να δημιουργηθεί η δυνατότητα διεθνώς ώστε όλες οι Εθνικές Ενώσεις των Ξενοδοχείων να συζητούν τα προβλήματά τους.
- β) Να δέχεται σαν μέλη της Ξενοδοχεία και Εστιατόρια (RESTAURANTS) τα οποία ενδιαφέρονται για τον διεθνή τουρισμό αφού συμφωνήσουν σ' αυτό οι Εθνικές Ενώσεις.
- γ) Να υποστηρίζονται προσωπικά και επαγγελματικά συμφέροντα των ιδιοκτητών ξενοδοχείων - εστιατορίων.
- δ) Να διαπραγματεύεται διεθνή θέματα του προσωπικού, θέματα νομισματικής μετατρεψιμότητας και ελεύθερης διακινήσεως και πολιτικής διαχειρίσεως των ξενοδοχείων μεταξύ των αρμοδίων αρχών, εθνικών ή διεθνών.
- ε) Να συγκεντρώνει τα μέλη της I.H.A και να συζητούν τα προβλήματα που τους απασχολούν.
- στ) Να εκδίδει Διεθνές Ξενοδοχειακό Περιοδικό, Διεθνή Ξενοδοχειακό Οδηγό, Διεθνή κατάλογο των Γραφείων Ταξιδίων.
- ζ) Να βοηθάει με το απασχολούμενο ξενοδοχειακό προσωπικό και την ανταλλαγή πρακτικάντ στα ξενοδοχεία.
- η) Να δίνει συμβουλές σε ξενοδοχεία - εστιατόρια σχετικές με τα Γραφεία Ταξιδίων.
- θ) Να μπορεί να αποκτά (αγοράζει, ενοικιάζει), πωλεί και διαχειρίζεται οποιοδήποτε χρήσιμο υλικό για τους σκοπούς της H.I.A και να διαχειρίζεται τα κεφάλαιά της επωφελώς.
- ι) Να ενεργεί αμέσως ή εμμέσως για την εκπλήρωση των παραπάνω σκοπών.

Μέλος της Ι.Η.Α μπορεί να γίνει:

- α) Κάθε Εθνική Ξενοδοχειακή Ένωση (όλων των χωρών)
- β) Κάθε Ξενοδοχειακή - Εστιατορική Επιχείρηση η οποία ενδιαφέρεται για τον Διεθνή Τουρισμό και εφ' όσον ανήκει στην Εθνική Ξενοδοχειακή Ένωση της χώρας της.
- γ) Κάθε άτομο το οποίο ασχολείται με Ξενοδοχειακές - Εστιατορικές Επιχειρήσεις, εφ' όσον υποδειχθεί από τέτοια επιχείρηση μέλος της Ι.Η.Α (μέχρι 2 άτομα).
- δ) Ακόμη σαν επίτιμα μέλη μπορούν να εκλεγούν κατόπιν αποφάσεως του Συμβουλίου της Ι.Η.Α., άτομα τα οποία προσέφεραν σπουδαίες υπηρεσίες στο επάγγελμα.

Διοικητικά όργανά της είναι:

- α) Η Γενική Συνέλευση
- β) Το Διοικητικό Συμβούλιο
- γ) Η Εκτελεστική Επιτροπή
- δ) Ο Πρόεδρος και οι Αντιπρόεδροι.

### 3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΝΩΣΗ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ (Ι.Α.Τ.Α)<sup>1</sup>.

Η Ι.Α.Τ.Α είναι η διεθνής οργάνωση για τις αερομεταφορές που ιδρύθηκε αμέσως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο στις 19 Απριλίου 1945 με έδρα το ΜΟΝΤΡΕΑΛ του ΚΑΝΑΔΑ, περιλαμβάνει σχεδόν όλες τις αεροπορικές εταιρίες, εκτός της «ΑΕΡΟΦΛΟΤ» και μερικών άλλων. Η «ΑΕΡΟΦΛΟΤ» ακολουθεί όλες τις αποφάσεις της Ι.Α.Τ.Α. Το έτος 1975 είχε 112 μέλη. Η Ι.Α.Τ.Α σήμερα έχει ένα αεροπορικό δίκτυο με 150.000 περίπου προορισμούς σε όλες τις Ηπείρους. Τα μέλη της Ι.Α.Τ.Α κάθε 2 χρόνια αποφασίζουν με διμερείς συμφωνίες τους αεροπορικούς ναύλους και εν συνεχεία για την τελική έγκριση τις υποβάλλουν οι γραμματείς των αεροπορικών εταιριών στις κυβερνήσεις τους και όταν εγκριθούν τότε καθορίζονται οι ναύλοι που τελικά θα

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 38.

δοθούν στο ταξιδιωτικό κοινό για εφαρμογή (πληρωμή). Η επίσημη γλώσσα των αεροπορικών εταιριών είναι η Αγγλική.

Τα συνέδρια της I.A.T.A γίνονται κανονικά κάθε δύο χρόνια ή όταν δημιουργηθούν προβλήματα, σύμφωνα με τους κανονισμούς για την οργάνωση των συνεδρίων, που έχει δημιουργήσει το Εκτελεστικό Συμβούλιο της I.A.T.A.

Η I.A.T.A έχει τεμαχίσει τον κόσμο σε 3 περιοχές:

- 1) Βόρειος και Νότιος Αμερική και Γροιλανδία
- 2) Ευρώπη - Αφρική - Μέση Ανατολή
- 3) Ασία - Αυστραλία.

Τα συνέδρια της I.A.T.A είναι 7 συνολικά, 3 σύμφωνα με τις παραπάνω ανεξάρτητες περιοχές και 4 σύμφωνα με όλους τους συνδυασμούς μεταξύ των παραπάνω περιοχών χωριστά και όλες μαζί.

Τα συνέδρια της I.A.T.A χωρίζονται ανάλογα με τις μεταφορές προσώπων και εμπορευμάτων. Τα ασχολούμενα με τις μεταφορές προσώπων γίνονται το φθινόπωρο συνήθως και τα ασχολούμενα με τα εμπορεύματα την Άνοιξη. Στα συνέδρια οι αεροπορικές εταιρίες παίρνουν μέρος όλες με μία ψήφο.

Οι αποφάσεις παίρνονται με πλήρη ομοφωνία όλων των μελών και κάθε μέλος μπορεί να προβάλει το δικαίωμα της αρνησικυρίας (VETO) σε κάθε απόφαση.

Η I.A.T.A έχει στην Γενεύη της Ελβετίας το ονομαζόμενο Clearing House δηλαδή το κέντρο όπου λαμβάνουν μέρος όλες οι χρηματοοικονομικές εκκαθαρίσεις μεταξύ των μελών της αεροπορικών εταιριών, τα υπό εκκαθάριση τιμολόγια, εκφρασμένα σε δολλάρια στέλνονται σ' αυτές κατά μήνα.

Τονίζουμε ότι μέσω της I.A.T.A καθορίζονται οι διεθνείς ναύλοι με τις σχετικές συμφωνίες, ενώ σε κάθε χώρα οι ναύλοι των εσωτερικών γραμμών καθορίζονται από την ίδια, γιατί το κάθε κράτος έχει και διατηρεί τον πλήρη έλεγχο στον εναέριο χώρο του.

Οι σκοποί της Ι.Α.Τ.Α είναι:

- 1) Να δημιουργηθεί μια στενή συνεργασία μεταξύ των μελών της με υπογραφή σχετικής συμφωνίας.
- 2) Να προσφέρουν στις κυβερνήσεις που ανήκουν τα μέλη της την δυνατότητα για διαπραγματεύσεις στο θέμα των συμφωνιών για τους ναύλους.
- 3) Να καταβάλει όλα τα δυνατά μέσα που διαθέτει με συνεργασία των μελών της για να επιλύσει τυχόν δημιουργούμενα προβλήματα μεταξύ τους.
- 4) Να πετύχει την προσφορά στο κοινό τακτικών αερομεταφορών με την μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια στις πτήσεις και όσο το δυνατόν οικονομικών, ώστε αυτό να ωφεληθεί τελικά με τις υπηρεσίες υψηλού επιπέδου.

Μέλη της Ι.Α.Τ.Α μπορούν να γίνουν όλες οι αεροπορικές εταιρίες αν το επιθυμούν ή αν κρίνουν ότι το συμφέρον τους είναι να μείνουν εκτός π.χ. «ΑΕΡΟΦΛΟΤ», «Σιγκαπούρ Αιρ Λάιν», κ.λπ.

Για να γίνει μέλος της ΙΑΤΑ μια αεροπορική εταιρία πρέπει να προσκομίσει ένα πιστοποιητικό από χώρα μέλος της Ι.С.Α.Ο (International Civil Aviation Organization) Διεθνή Οργάνωση Πολιτικής Αεροπορίας, η οποία είναι αντιπροσωπεία ειδική για τον παραπάνω σκοπό του Ο.Η.Ε, αφ'ενός και αφ'ετέρου να δρομολογήσει τακτική αεροπορική γραμμή τουλάχιστον ώστε να συνδέει δύο χώρες υπό την εθνική σημαία της χώρας και για να γίνει ένα καινούργιο μέλος της Ι.Α.Τ.Α πρέπει να το αποφασίσουν οι σχετικές Κυβερνήσεις των κρατών.

#### **4. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος είναι Ν.Π.Δ.Δ και υπάρχει από το έτος 1935. Μέλη αυτού θεωρούνται τα πάσης μορφής και κατηγορίας ξενοδοχεία της χώρας, έχει διττή αποστολή.



α) Ως Ν.Π.Δ.Δ θεωρείται όργανο του Κράτους και αναλαμβάνει την διεκπεραίωση των διοικητικών αρμοδιοτήτων κατ' εντολή αυτού, επί ξενοδοχειακών ζητημάτων.

β) Ως επαγγελματική οργάνωση εκπροσωπεί επίσημα τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας μας διεθνώς προασπίζει τα συμφέροντα των ξενοδόχων και προάγει αυτά.

Το Ξ.Ε.Ε είναι μέλος της Διεθνούς Ξενοδοχειακής Ενώσεως (I.H.A.) που εδρεύει στο 89. FAUBOURGST. HONORE 75, PARIS VII.

## **5. ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

### **α) Είσοδος (πελάτη) στο Ξενοδοχείο**

Το συμβόλαιο (συμφωνία) της εισόδου ενός πελάτη στο ξενοδοχείο γίνεται κατόπιν της ζήτησης δωματίου εκ μέρους του ή εντολής αυτού. Βάση του συμβολαίου είναι τα παρακάτω:

- ι) Η νομοθεσία της χώρας στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο.
- ii) Οι συνήθεις διατάξεις του ξενοδοχείου. Αυτές μπορούν να γίνονται γνωστές με ανακοινώσεις τοποθετημένες εντός του δωματίου
- iii) Ο παρόν διεθνής κανονισμός της ξενοδοχείας.

### **β) Υποχρεώσεις του πελάτη**

Ο πελάτης δέχεται τα εξής:

- 1) Η κράτηση αναφέρεται μόνο σ' αυτόν και στα πρόσωπα που κατονομάζονται στο συμβόλαιο που υπογράφεται.
- 2) Αν ο πελάτης δέχεται το δωμάτιο και την διατροφή όπως και άλλες διευθετήσεις ή διευκολύνσεις που παρέχονται από το ξενοδοχείο χωρίς να ρωτήσει για τις τιμές τότε δέχεται τους όρους των συνήθων τιμών. Το GARAGE για τα αυτοκίνητα και άλλες ειδικές υπηρεσίες δεν συμπεριλαμβάνονται στη συνήθη τιμή και μια ειδική επιβάρυνση μπορεί να καθοριστεί. Η παροχή ειδικής θερμάνσεως στο διαμέρισμα

του πελάτη, όπως θερμάστρας, η τοποθέτηση προσθέτων φωτιστικών για ειδικούς σκοπούς, η παροχή ηλεκτρικού για σιδέρωμα, θέρμανση ή άλλες χρήσεις, επιβαρύνουν αυτόν, ανάλογα με τις συνήθειες του ξενοδοχείου.

3) Απαγορεύεται στους πελάτες να μαγειρεύουν εντός των δωματίων.

4) Αν φαγητά ή ποτά τα οποία παρέχονται από το ξενοδοχείο καταναλώνονται από επισκέπτες, τότε το ξενοδοχείο μπορεί να επιβάλει ειδική επιβάρυνση.

5) Ο πελάτης είναι υπεύθυνος για οποιαδήποτε απώλεια ή καταστροφή ή ζημία σε βάρος του ξενοδοχείου, η οποία προξενήθηκε από αυτόν, τους υπηρέτες του ή επισκέπτες ή από οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο για το οποίο είναι αυτός υπεύθυνος. Είναι δυνατόν να φέρεται σαν απώλεια ή καταστροφή οι αναφερόμενες ζημιές στις εγκαταστάσεις, την επίπλωση, τα χαλιά, τα λινά, ασημικά κ.λπ.

6) Η τιμή του ενοικίου παρέχεται με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης θα παίρνει γεύματα στο ξενοδοχείο. Εάν δεν λαμβάνονται γεύματα ή λαμβάνονται μερικά μόνο από αυτά, το ξενοδοχείο έχει το δικαίωμα να αυξήσει την τιμή του ενοικίου με την αιτιολογία ότι ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να ετοιμάζει φαγητό για τους πελάτες τις συνήθειες ώρες. Ο Ξενοδόχος - Διευθυντής έχει το δικαίωμα να προτιμήσει πελάτες οι οποίοι δέχονται να παίρνουν γεύματα στο ξενοδοχείο.

7) Απαγορεύεται οι πελάτες να φέρουν ζώα στο ξενοδοχείο παρά μόνο κατόπιν ειδικής συμφωνίας με την Διεύθυνση. Στην περίπτωση κατά την οποία τέτοια άδεια έχει δοθεί, δεν επιτρέπονται ζώα στους κοινόχρηστους χώρους, ιδιαίτερα σε τόπους εστίασεως. Επιτρέπονται στα υπνοδωμάτια με την πλήρη εχεμύθεια της διεύθυνσεως, ενώ μια πρόσθετη επιβάρυνση μπορεί να ορισθεί. Ο πελάτης είναι υπεύθυνος για οποιαδήποτε καταστροφή που προξενείται από ζώα τα οποία φέρει μαζί του.

8) Στην Διεύθυνση του ξενοδοχείου παρέχεται το δικαίωμα να ζητήσει παύση ή ελλάτωση οποιουδήποτε θορύβου ο οποίος προξενείται από τους πελάτες και ο οποίος κατά την γνώμη της Διευθύνσεως είναι ενοχλητικός και προξενεί ταραχή στους άλλους συμπεριλαμβανομένης και της χρήσεως ραδιοφώνου, T.V. και άλλων ηχητικών οργάνων. Ο πελάτης προς τον οποίο απευθύνεται η Διεύθυνση οφείλει να συμμορφωθεί.

9) Κάθε παραβίαση καλής συμπεριφοράς δίνει το δικαίωμα στην Διεύθυνση του ξενοδοχείου να τερματίσει αμέσως το συμβόλαιο με τον πελάτη<sup>1</sup>.

#### γ) Δικαιώματα του πελάτη

Το συμβόλαιο δίνει δικαίωμα στον πελάτη:

- Της χρησιμοποίησης και πλήρους απόλαυσης των ενοικιασθέντων δωματίων κατά την περίοδο συμβολαίου.
- Της ωφελείας εκ των συνήθως υπηρεσιών του ξενοδοχείου, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης του δωματίου, των κοινόχρηστων χώρων, όπως και των πλεονεκτημάτων τα οποία παρέχονται στην λοιπή πελατεία.

#### δ) Οροι κρατήσεως και διάρκεια

ι) Το συμβόλαιο με το ξενοδοχείο θεωρείται ότι ισχύει για μια ημέρα, εκτός αν υπάρχει συμφωνία για το αντίθετο ή εκτός αν τα δωμάτια κινούνται την κανονισμένη ώρα (12:00) οπότε με συμφωνία της Διευθύνσεως και του πελάτη, το συμβόλαιο ανανεώνεται από ημέρα σε ημέρα.

ιι) Η τιμή υπολογίζεται γενικά για μια ημέρα ή για μια νύχτα. Η ημέρα αφίξεως υπολογίζεται ολόκληρη. Η ημέρα αναχωρήσεως δεν υπολογίζεται με την προϋπόθεση ότι θα ανακοινωθεί έγκαιρα και ότι το δωμάτιο θα ελευθερωθεί προ της 12:00 της ώρας.

---

<sup>1</sup> Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 45 - 46.

iii) Από πελάτες οι οποίοι ζητούν να εγκατασταθούν στα δωμάτια τους από το πρωί της αφίξεώς τους, η διεύθυνση μπορεί να ζητήσει να πληρώσουν την προηγούμενη νύχτα εφόσον τα δωμάτια κρατήθηκαν σκόπιμα ελεύθερα για να τεθούν στην διάθεσή τους.

**δ) Κράτηση δωματίου (για το εγγύς μέλλον)**

Ο πελάτης ο οποίος προβαίνει σε κράτηση δωματίου για το εγγύς μέλλον υποχρεώνεται να δεχτεί τα δωμάτια αυτά στην ορισμένη ημερομηνία για την οποία έγινε η κράτηση, εκτός αν συμφωνηθεί αργότερα άλλη, οπότε η υποχρέωση του πελάτη αρχίζει να ισχύει από τότε. Η διεύθυνση της μόνιμης κατοικίας και η ακριβής ημερομηνία αφίξεως του πελάτη πρέπει να ζητηθούν.

**στ) Ευθύνη για την ιδιοκτησία (περιουσία) του πελάτη**

α) Ο Ξενοδόχος Διευθυντής δεν είναι υπεύθυνος για την απώλεια ή καταστροφή ιδιοκτησίας του πελάτη, εκτός από τις παρακάτω περιπτώσεις: 1) Όταν ο πελάτης έχει καταθέσει και ο ξενοδόχος ή ο υπεύθυνος υπάλληλος έχει παραλάβει την ιδιοκτησία του ρητώς για ασφαλή φύλαξη και του έχει δώσει απόδειξη ειδικά γι' αυτή, 2) Στην περίπτωση κατά την οποία ο ξενοδόχος ή οι εντεταλμένοι δεν πάρουν τα κατάλληλα μέτρα για την φύλαξη τέτοιας ιδιοκτησίας.

β) Ο όρος «ασφαλής φύλαξη» δεν περιλαμβάνει την παράδοση για φύλαξη άλλων αντικειμένων εκτός του προσωπικού ρουχισμού και τότε μόνο όταν ο υπεύθυνος υπάλληλος παίρνει αυτόν με απόδειξη.

γ) Ο ξενοδόχος δεν είναι υπόλογος για κάθε απώλεια ή καταστροφή της περιουσίας του πελάτη:

1) Αν αυτή η περιουσία έχει εγκαταλειφθεί στο αυτοκίνητο του πελάτη και στον χρόνο αυτό βρίσκεται στο GARAGE του ξενοδοχείου ή στον χώρο σταθμεύσεως.

ii) Αν οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου, αφού τους ζητηθεί από τον πελάτη, οδηγήσουν το αυτοκίνητο προς ή από το GARAGE χωρίς την άδεια της Διευθύνσεως του ξενοδοχείου.

δ) Η υπευθυνότητα του ξενοδοχείου καθορίζεται κυρίως από την νομοθεσία κάθε χώρας.

### ζ) Διατροφή

Ενοίκιο συμπεριλαμβανομένων γευμάτων, προβλέπει μια συμφωνία ξενοδόχου και πελάτη για την προσφορά δωματίου και γευμάτων και μία τιμή περιλαμβάνει και τα δύο. Σε τέτοια περίπτωση η τιμή θα πρέπει να υπολογισθεί από τότε που ο πελάτης πήρε το πρώτο γεύμα στο ξενοδοχείο. Γεύματα για τα οποία ο πελάτης χρεώνεται και δεν παίρνει την πρώτη ημέρα, θα πρέπει να σερβίρονται την ημέρα της αναχωρήσεως χωρίς χρέωση. Εάν ο πελάτης παίρνει με το συμβόλαιο τροφή στο ξενοδοχείο, δεν έχει καμμία έκπτωση εάν δεν πάρει αυτή. Η λέξη «γεύματα» εκτός εάν υπάρχει αντίθετη συμφωνία, αναφέρεται στο πρωινό, στο γεύμα και στο δείπνο. Όλα τα γεύματα πρέπει να παίρνονται σε σταθερά ωράρια και με τις υπάρχουσες προϋποθέσεις γ' αυτό. Γεύματα που παίρνονται σε μη σταθερές ώρες και όχι με τις κανονισμένες προϋποθέσεις δικαιολογούν πρόσθετη χρέωση. Οροι ενοικίου με πλήρη διατροφή ισχύουν το ελάχιστο για τρεις ημέρες.

### η) Διακοπή συμβολαίου

1) Όταν ειδικοί όροι έχουν συμφωνηθεί ή για την διατροφή ή για μακρά παραμονή, η Διεύθυνση του ξενοδοχείου μπορεί στην περίπτωση αναχωρήσεως πριν από την καθορισμένη ημερομηνία να απαιτήσει αποζημίωση για οποιαδήποτε δικαιολογημένη απώλεια. Άλλοι ειδικοί προνομιούχοι όροι μπορούν σε τέτοια περίπτωση να αποσυρθούν, κατά την κρίση της Διευθύνσεως του ξενοδοχείου.

2) Επιπρόσθετα η Διεύθυνση του ξενοδοχείου μπορεί να ακυρώσει το συμβόλαιο στις εξής παρακάτω περιπτώσεις:

α) Σε περίπτωση κακής διαγωγής ή παραβίασεως καλής συμπεριφοράς.

β) Σε περίπτωση λοιμώδους ασθένειας είτε του επισκέπτη είτε αυτών που τον συνοδεύουν, η οποία μπορεί να προκαλέσει οποιαδήποτε καταστροφή ή απώλεια στο ξενοδοχείο. Η Διεύθυνση μπορεί να απαιτήσει από το υπεύθυνο πρόσωπο αποζημίωση η οποία αναφέρεται στις περιστάσεις συμπεριλαμβανομένων των εξόδων, εάν υπάρχουν <sup>1</sup>.

### θ) Εξόφληση λογαριασμού

Οι λογαριασμοί είναι πληρωτέοι με την εμφάνισή τους. Η εξόφληση αυτών πρέπει να γίνει στο εθνικό ή σε ξένο νόμισμα σε τιμή εξαργυρώσεως της ημέρας εκείνης. Επιταγές Τραπεζών ή Κάρτες από ταξιδιωτικά πρακτορεία είναι δεκτές, μόνο όταν υπάρχει πλήρης και ολοκληρωτική εγγύηση.

Δεν υπάρχει υποχρέωση του ξενοδοχείου στο να δέχεται επιταγές ή πιστωτικές κάρτες.

### ι) Δικαίωμα κατασκέσεως για μη εξόφληση λογαριασμού

Η Διεύθυνση του ξενοδοχείου έχει από τον Νόμο το δικαίωμα να παρακρατά τις αποσκευές του πελάτη ή άλλα αντικείμενα, εάν ο λογαριασμός δεν εξοφλείται. Επίσης η Διεύθυνση μπορεί να απαιτήσει από τον πελάτη ο οποίος δεν πλήρωσε τον λογαριασμό του, να εγκαταλείψει το ξενοδοχείο παραύτα καθώς και οποιεσδήποτε αποσκευές κ.λπ. Αυτές μπορούν να πουληθούν από την ξενοδοχειακή επιχείρηση σύμφωνα με το Νόμο κάθε χώρας.

### κ) Φιλοδώρημα ή επιβάρυνση για υπηρεσίες

Οι υπάρχοντες κανονισμοί σε κάθε χώρα συνήθως κοινοποιούνται με ανακοινώσεις στην υποδοχή ή στα δωμάτια.

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 49.

**λ) Απωλεσθέντα αντικείμενα που βρίσκονται στο ξενοδοχείο**

Αντικείμενα που έχουν χαθεί από κάποιους πελάτες του ξενοδοχείου και βρίσκονται σ' αυτό πρέπει να παραδίδονται στην διεύθυνση.

**μ) Περίπτωση θανάτου**

Σε περίπτωση θανάτου ενός πελάτη εντός του ξενοδοχείου, οι κληρονόμοι ή οι εκτελεστές της διαθήκης είναι υπεύθυνοι για την πληρωμή στο ξενοδοχείο των εξόδων τα οποία διατέθηκαν κατά τον θάνατο αυτού, συμπεριλαμβανομένων της απολυμάνσεως, της επαναδιακόσμησης και αντικατάστασης των κλινοσκεπασμάτων.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο Ε΄

### ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

#### **1. ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΜΕ ΤΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΤΜΟΠΛΟΪΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ**

Οι σχέσεις των πρακτορείων με τις αεροπορικές και ατμοπλοϊκές γραμμές έγκεινται στη συνεργασία τους για πρακτόρευση των διαφόρων μεταφορικών επιχειρήσεων. Είναι γνωστό ότι τα ταξιδιωτικά γραφεία προσφέρουν σοβαρές υπηρεσίες στις διάφορες αεροπορικές και ατμοπλοϊκές επιχειρήσεις γιατί δρουν για λογαριασμό τους όταν και όπου δεν μπορούν αυτές να εκπροσωπούνται αλλά και γιατί τους μεταβιβάζουν την ανευρισκόμενη απ'αυτό πελατεία μέσω των γραφείων τους<sup>1</sup>.

Ακόμη η συνεργασία και η σχέση των πρακτορείων ταξιδίων με τις αεροπορικές και ατμοπλοϊκές επιχειρήσεις έγκεινται στην έκδοση των εισιτηρίων και επίσης στην ενοικίαση των διαφόρων μεταφορικών μέσων κατά διάφορους τρόπους.

Τα πρακτορεία ταξιδίων δραστηριοποιούνται και για το δικό τους όφελος για να πάρουν την προμήθειά τους από τις άλλες επιχειρήσεις, αλλά παράλληλα και τις αεροπορικές και ατμοπλοϊκές επιχειρήσεις και ενεργοποιούνται αυξάνοντας τα κέρδη τους.

Υπάρχουν επίσης σχέσεις συνεργασίας μεταξύ αεροπορικών και ατμοπλοϊκών γραμμών δια μέσου των διαφόρων Πρακτορείων Ταξιδίων, γιατί ανάλογα με το πρώτο μέσο χρησιμοποιήσεως το οποίο μπορεί να είναι το αεροπλάνο ή το πλοίο, δυνατόν είναι σε δεύτερο στάδιο να θελήσει ο πελάτης να χρησιμοποιήσει άλλο μέσο, δηλαδή πλοίο ή αεροπλάνο και εν συνεχεία πάλι το πρώτο και ούτω καθεξής. Επίσης

---

<sup>1</sup>. Τουρισμός ΙΙΙ, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 57.



υπάρχει η δυνατότητα, π.χ. στις αεροπορικές εταιρίες, της χρησιμοποιήσεως του όρου AIR - SEA COMBINATION, όπου η δυνατότητα είναι διττή, δηλαδή το ένα σκέλος του δρομολογίου μπορεί να πραγματοποιηθεί αεροπορικά και το άλλο ατμοπλοϊκά. Σαν παράδειγμα αναφέρεται το πήγαινε - έλα (ALLER - RETOUR) (ΑΘΗΝΑ - ΤΕΛ-ΑΒΙΒ = αεροπορικά και ΧΑΪΦΑ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ = ατμοπλοϊκά).

## **2. ΣΧΕΣΕΙΣ I.H.A (INTERNATIONAL HOTEL ASSOCIATION και F.I.A.V. (FEDERATION INTERNATIONALE DES AGENCES DE VOYAGES.**

### **α) Οδηγίες της I.H.A προς τους ταξιδιωτικούς πράκτορες μέλη της E.I.A.V.**

Για την καλή και εύρυθμη συνεργασία ξενοδόχων και πρακτόρων, η ΙΗΑ συμβουλεύει τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και επιστά την προσοχή αυτών επί των κάτωθι:

- 1) Γράφετε τα ονόματα καθαρά και με σαφήνεια και με γράμματα τυπογραφείου. Έτσι διευκολύνεται ο υπάλληλος του ξενοδοχείου, ο υπεύθυνος για τις κρατήσεις.
- 2) Σε κάθε δελτίο κρατήσεως δωματίου VOUCHER να ορίζετε το όνομα του πελάτη. Εάν δεν είναι τούτο δυνατόν γράφετε το δικό σας όνομα.
- 3) Καθορίστε ακριβώς την ημέρα, ημερομηνία, μήνα, καθώς και ώρα αφίξεως και αναχωρήσεως του πελάτη. Επίσης και το μέσον με το οποίο θα αφιχθεί ή θα αναχωρήσει ο πελάτης (αεροπλάνο, πλοίο, αυτοκίνητο).
- 4) Αποφεύγετε κρατήσεις με ασαφείς ημερομηνίες.
- 5) Καθορίστε επακριβώς τα ζητούμενα για κράτηση δωμάτια ώστε το ξενοδοχείο να γνωρίζει εάν μπορεί να τα διαθέσει. Εάν πρόκειται για ζεύγος (COUPLE), οικογένεια ή μεμονωμένα άτομα τούτο

αναφέρεται στο VOUCHER. Διευκρινίστε το είδος των δωματίων: SINGLE ROOM (μονόκλινο δωμάτιο), DOUBLE-BEDDED ROOM (φαιρδύκλινο δωμάτιο), TWIN-BEDDED ROOM (δωμάτιο με δύο μονές κλίνες), SUITE (δωμάτιο με σαλόνι), CONNECTING ROOMS (συνεχόμενα δωμάτια) κ.λπ.

β) Αποφεύγετε τις υποχρεώσεις προς τους πελάτες για ειδική θέση δωματίου εάν δεν είσθε εκ των προτέρων σίγουροι ότι το ξενοδοχείο διαθέτει αυτή (π.χ. θέα).

7) Χρησιμοποιείτε την γνωστή ορολογία, ώστε να αποφεύγονται παρεξηγήσεις. Π.χ. αντί FULL AMERICAN PLAN, χρησιμοποιείτε τον όρο πλήρης διατροφή ή FULL BOARD ή PENSION COMPLETE.

8) Χρησιμοποιείτε για τις ώρες αφίξεως ή αναχωρήσεως τις εκφράσεις: Για μεσημέρι 12:00, για μετά μεσημβρία 14:00, 16:30, για μεσονύκτιο 24:00, για πρωί 00:30, 02:00, 08:00 κ.λπ.

9) Για κρατήσεις μετά το μεσονύκτιο να αναφέρεσθε ως εξής: Προκειμένου για άφιξη το βράδυ της 15ης προς τη 16η και ώρα 01:30, αναγράψετε άφιξη 01:30 της 16.4.79.

10) Κατά την υψηλή περίοδο (HIGH SEASON, HAUTE SAISON) τα δωμάτια δεν διατίθενται προ της 12:00 ώρας. Εάν όμως, ένας πελάτης ζητήσει δωμάτιο ελεύθερο προ της ώρας αυτής (από πρωί), τότε θα πρέπει να γίνει η κράτηση για μία ημέρα νωρίτερα.

11) Μην καθυστερείτε την εξόφληση των λογαριασμών. Εάν για διάφορους λόγους δεν μπορείτε να εξοφλήσετε ολόκληρο το ποσό, προβείτε στην εξόφληση του 50% των οφειλομένων στο ξενοδοχείο.

12) Σε περιπτώσεις καθυστερήσεως εξοφλήσεως λογαριασμών χρεωστών, πρέπει να ενημερώνεται σχετικά το ξενοδοχείο.

13) Σε περιπτώσεις νεονύμφων πολλές φορές οι κρατήσεις γίνονται με το όνομα του γένους της νεονύμφου. Για να μην επέρχεται σύγχυση καθορίστε το όνομα αυτής και σε παρένθεση το γένος. Επίσης δε, ότι πρόκειται για ζεύγος νεονύμφων, οπότε οι ξενοδόχοι παρέχουν ιδιαίτερες εξυπηρετήσεις (άνθη, ποτά, φρούτα).

- 14) Η περίπτωση κρατήσεως δωματίων για παλαιούς πελάτες του ξενοδοχείου να προσδιορισθεί επί του δελτίου κρατήσεως.
- 15) Καθορίστε ακριβώς εάν πρόκειται για REPONSE PAYEE (πληρωμένη απάντηση, τηλεγραφική ή επιστολική).
- 16) Μην προβαίνετε σε εξοφλήσεις εάν δεν επέλθει συμφωνία μετά του ξενοδοχείου, επί επιστροφών χρημάτων κ.λπ.
- 17) Κατά την υψηλή περίοδο (HAUTE SAISON) θα πρέπει να γίνουν κρατήσεις με τιμές μέσες ή ανώτερες γιατί σ'αυτές τις περιπτώσεις τα ξενοδοχεία αρνούνται τις κρατήσεις με τιμές MINIMUM.

**β) Συμφωνία μεταξύ IHA και FIAV**

**1. ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ<sup>1</sup>.**

- α) Οι όροι αυτής της συμφωνίας θεωρούνται σαν καθοδηγητικοί κανόνες για να τηρούνται κατά την σύναψη εθνικών, περιφερειακών και ιδιωτικών συμφωνιών.
- β) Η παρούσα συμφωνία θα παραμείνει σε ισχύ για μια περίοδο δύο ετών αρχομένη την 1η Δεκεμβρίου 1963. Θα ανανεώνεται σιωπηρά για συνεχείς περιόδους τριών ετών, αν δεν δοθεί προειδοποίηση για την λήξη έξι μήνες πριν από την λήξη κάθε περιόδου.

**2. ΤΙΜΕΣ**

- α) Ένα ξενοδοχείο συνεργαζόμενο με ένα Ταξιδιωτικό πρακτορείο, κατά παράκληση του Πρακτορείου θα συμπληρώσει το Υποχρεωτικό Κανονικό συμβόλαιο - ερωτηματολόγιο. Υπογραφή του κανονικού συμβολαίου θα θεωρηθεί σαν αποδοχή των βασικών κανόνων που παρέχονται από την συμφωνία.
- β) Η ίδρυση εμπορικών σχέσεων μεταξύ ταξιδιωτικών γραφείων και ξενοδοχείων δεν μπορεί να γίνει συμπτωματική στην σύναψη διαφημιστικού συμβολαίου.

---

<sup>1</sup> Τουριστικές Επιχ/σεις, Καλφιώτη Στ., Αθήνα 1974, σελ. 35.

γ) Τα πρακτορεία θα αναλαμβάνουν να μην αυξάνουν τις τιμές που προσφέρονται από τα ξενοδοχεία για τον πελάτη και να τηρούν τους κανονισμούς τιμών των Εθνικών Ξενοδοχειακών Συνδέσμων, θα αποφεύγουν δε να προβαίνουν σε οποιαδήποτε πράξη η οποία θα ήταν δυνατόν να παρεκκλίνει από τους εν λόγω κανονισμούς.

δ) Εκτός της περιπτώσεως υποτίμησης νομίσματος ή ανατίμησης, τα ξενοδοχεία δεν μπορούν να αλλάζουν τις συμφωνηθέντες τιμές, εάν δεν έχει γίνει έγκαιρη προειδοποίηση προ ενός τουλάχιστον μηνός. Τέτοια περίπτωση εν τούτοις δεν θα επιδράσει επί των κρατήσεων που έχουν γίνει ήδη προηγουμένως.

### 3. ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ<sup>1</sup>.

α) Κατά την αιχμή της τουριστικής κίνησης τα ξενοδοχεία δεν μπορούν να αναλάβουν την εγγύηση κρατήσεως δωματίων σε κατώτατες τιμές προς τα πρακτορεία.

β) Εάν το πρακτορείο επιθυμεί «τηλεγραφική απάντηση» θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τον τύπο της «πληρωμένης απαντήσεως».

### 4. ΔΙΑΦΟΡΑ

α) Μπορεί να ζητηθεί από το πρακτορείο η τακτοποίηση του λογαριασμού του ξενοδοχείου, μείον την προμήθεια, προ ή κατά την διάρκεια της παραμονής του ταξιδιώτη και σε οποιαδήποτε περίπτωση με αποστολή εμβάσματος των οφειλομένων, το αργότερο εντός 15 ημερών μετά την λήψη του λογαριασμού. Αμοιβαίως ποσά που οφείλονται από το ξενοδοχείο θα πληρώνονται το αργότερο 15 ημέρες μετά την λήψη γραπτής αιτήσεως για τακτοποίηση.

Το πρακτορείο το οποίο έχει προβεί σε κάποια κράτηση είναι υπεύθυνο για την πληρωμή του ξενοδοχείου, ακόμη και στην περίπτωση κατά την οποία έχει ενεργήσει για λογαριασμό άλλου

---

<sup>1</sup>. Τουριστικές Επιχ/σεις Καλιφόρνια Στ., Αθήνα 1974, σελ.35.

πρακτορείου και εάν το γεγονός αυτό έχει δηλωθεί γραπτώς στην εντολή κρατήσεως.

β) Το ξενοδοχείο υπόσχεται σε όλες τις περιστάσεις να μεταχειρίζεται τους πελάτες που του αποστέλλονται από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες με την ίδια φροντίδα και κατά τον ίδιο τρόπο με εκείνους οι οποίοι αφικνούνται στο ξενοδοχείο μεμονωμένα και ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται με ίσους όρους θα είναι οι ίδιες, άσχετα αν ο λογαριασμός τακτοποιείται από τον ίδιο πελάτη ή από τον πράκτορα, επιπλέον δε, το ξενοδοχείο υπόσχεται ότι όλες οι υπηρεσίες τις οποίες αναλαμβάνει να παρέχει θα είναι τέτοιας ποιότητας που να ανταποκρίνονται στην συμφωνηθείσα τιμή, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι χορηγείται προμήθεια.

γ) Ο γενικός κανόνας είναι ότι, κατά την άφιξη, το δωμάτιο είναι στην διάθεση του πελάτη από την μεσημβρία και κατά την αναχώρηση θα πρέπει να εκκενωθεί προ της μεσημβρίας (για την Ελλάδα 12:00 η ώρα).

δ) Οποιαδήποτε διαφωνία μεταξύ ενός ξενοδοχείου και ενός ταξιδιωτικού πρακτορείου θα ρυθμίζεται από τους ειδικούς συνδέσμους, αυτή δε θα αναφερθεί στον Διεθνή Ξενοδοχειακό Σύνδεσμο (I.H.A.) και στην Παγκόσμια Ομοσπονδία Συνδέσμων Ταξιδιωτικών Πρακτορείων (U.F.T.A.A.) ή (F.I.A.V.).

Αυτοί οι δύο Οργανισμοί θα διατηρήσουν διαρκή επικοινωνία με σκοπό την διαβεβαίωση στενών σχέσεων μεταξύ Ξενοδοχείων και Πρακτορείων.

ε) Ο Διεθνής Ξενοδοχειακός Σύνδεσμος (I.H.A) και η Διεθνής Ομοσπονδία Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (F.I.A.V.), αναλαμβάνουν να επεμβαίνουν στους αναφερόμενους εθνικούς οργανισμούς με σκοπό να εξασφαλισθεί η τήρηση των όρων της παρούσης συμφωνίας. Οι Εθνικοί Ξενοδοχειακοί Σύνδεσμοι θα επιβεβαιώνουν ότι τα μέλη τους αποφεύγουν οποιαδήποτε άμεση συζήτηση που αποσκοπεί την

προσέλκυση πελατών που στέλλονται δια μέσου πρακτορείων και για λογαριασμό τους.

## 5. MEMONΩΜΕΝΟΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ

α) Η προμήθεια την οποία χορηγούν τα ξενοδοχεία αποκλειστικά στα ταξιδιωτικά πρακτορεία κατά την εξάσκηση των συναλλαγών, καθορίζεται σύμφωνα με τους ακόλουθους βασικούς όρους 10% σαν ανώτατο όριο (MAXIMUM) του λογαριασμού του πελάτη για τα δωμάτια, γεύματα και τιμές πλήρους διατροφής καθώς επίσης και για άλλες διευθετήσεις μη συμπεριλαμβανομένων της υπηρεσίας και των φόρων.

Αντίθετα τα ταξιδιωτικά γραφεία αναλαμβάνουν την υποχρέωση να μην απαιτούν μεγαλύτερη προμήθεια. Αυτοί οι όροι ισχύουν για κάθε εμπορική παραγγελία οποιοσδήποτε και αν είναι ο τρόπος πληρωμής. Η προμήθεια παρέχεται για ολόκληρη την παραμονή του πελάτη, όχι πλέον των δύο μηνών (ανώτατο όριο).

Εάν οι αναφερόμενες τιμές επί του λογαριασμού περιλαμβάνουν τις προσαυξήσεις υπηρεσίας και δημοτικού φόρου (TOUT COMPRIS) τότε το ολικό ποσό της προμήθειας υπολογίζεται στις εν λόγω τιμές αφού αφαιρεθούν οι προσαυξήσεις.

β) Όταν το ξενοδοχείο απαιτήσει προκαταβολή, ή κράτηση τότε μόνο μπορεί να θεωρηθεί σαν οριστικά συντελεσθείσα όταν η προκαταβολή κατατεθεί ή όταν εκδοθεί η απόδειξη της αποστολής της. Η προκαταβολή πρέπει να είναι συνήθως ίση προς το κόστος παραμονής μιας νύχτας σε ξενοδοχείο που είναι μέσα στην πόλη, ή τριών νυκτών σε ξενοδοχείο θερινής διαμονής.

Για ξενοδοχεία θερινής διαμονής τα οποία προσφέρουν υποχρεωτικά ένα ή περισσότερα γεύματα, το ολικό ποσό της προκαταβολής καθορίζεται με αμοιβαία συμφωνία του ξενοδοχείου και του πρακτορείου<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Τουρισμός III, Βασιλείου Ρούπα, ΟΑΕΔ, Αθήνα 1981, σελ. 63 - 64.

Το ξενοδοχείο μπορεί να κρατήσει την προκαταβολή σαν αποζημίωση για την περίπτωση κατά την οποία το πρακτορείο θα ήταν υπεύθυνο για την μη έγκαιρη προειδοποίηση ακυρώσεως εντός των κατώτερων καθοριζομένων ορίων.

γ) Το πρακτορείο μπορεί να ακυρώσει την κράτηση τουλάχιστον:

I. Επτά (7) ημέρες προ της ημερομηνίας αφίξεως, χωρίς υποχρέωση πληρωμής ή αποζημιώσεως στο ξενοδοχείο, όταν το τελευταίο βρίσκεται μέσα στην πόλη, ή

II. Δέκα τέσσερις (14) ημέρες προηγουμένως όταν το ξενοδοχείο είναι θερινής διαμονής και

III. Προ ενός μηνός κατά την περίοδο υψηλής τουριστικής κίνησης.

Γενικώς, όταν κάποιο δωμάτιο έχει κρατηθεί με ή χωρίς διατροφή για μια παραμονή προκαθορισμένης διάρκειας και ο πελάτης δεν αφιχθεί ή η παραμονή του λήξει πριν από την λήξη της περιόδου που έχει συμφωνηθεί, τότε το ξενοδοχείο δικαιούται να απαιτήσει αποζημίωση από το πρακτορείο για τη γενόμενη ζημιά. Το ποσό της αποζημίωσης αυτής πρέπει να είναι ίσο προς την διάρκεια της παραμονής για την οποία έγινε η κράτηση, αλλά όχι λιγότερο της μιας ημέρας σε ξενοδοχείο πόλεως και τριών ημερών σε ξενοδοχείο θερινής διαμονής, εφ' όσον συνηθίζεται το αυτό και για τους μεμονωμένους (PREVEE) πελάτες του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο δεν φέρει καμιά ευθύνη στην περίπτωση κατά την οποία η προκαταβολή του πελάτη η καταβληθείσα στο πρακτορείο αποδεικνύεται ανεπαρκής. Στην περίπτωση αυτή το πρακτορείο ευθύνεται σύμφωνα με τους ανωτέρω εμφανιζόμενους όρους. Αντίθετα το ξενοδοχείο μπορεί να ακυρώσει μία κράτηση την οποία έχει αναγνωρίσει, αλλά μόνο όταν η ζητηθείσα προκαταβολή δεν έχει καταβληθεί. Η ακυρωτική βεβαίωση πρέπει να δίνεται 14 ημέρες προηγουμένως για τους μεμονωμένους ταξιδιώτες. Αν το ξενοδοχείο δεν μπορέσει να ανταποκριθεί ως προς τους όρους του συμβολαίου, το πρακτορείο δικαιούται αποζημιώσεως ανάλογης προς

την ζημιά την οποία έχει υποστεί και για την οποία θα αποδειχθεί υπεύθυνο το ξενοδοχείο.

## 6. ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ

α) Επειδή τα πρακτορεία επιθυμούν να έχουν τιμές μη συμπεριλαμβανομένης της προμήθειας, αναλαμβάνουν να μην αυξάνουν αυτές περισσότερο από το προστιθέμενο ποσό της προμήθειας, η οποία δεν μπορεί να υπερβαίνει το 10% των καθαρών τιμών (υπηρεσία και φόροι μη συμπεριλαμβανόμενοι) ή 8% υπολογιζόμενου επί της τιμής μετά φόρου και υπηρεσίας.

β) Το ξενοδοχείο μπορεί να παρέχει ολικώς ή μερικώς δωμάτια για φιλοξενία σ' ένα ξεναγό ή αρχηγό ενός πρακτορείου που συνοδεύει μια ομάδα, η οποία αποτελείται τουλάχιστον από 15 άτομα. Το αυτό μπορεί να συμβεί για κάθε άλλη ομάδα που αποτελείται τουλάχιστον από 15 άτομα, του αριθμού τούτου αυξανόμενου σε 20 άτομα κατά την υψηλή τουριστική περίοδο.

γ) **Σύμβαση μεταξύ ξενοδοχείων - πρακτορείων <sup>1</sup>.**

*Σύμβαση* λέγεται η σύμπτωση της δηλώσεως δύο διαφορετικών θελήσεων στο ίδιο θέμα, κατά τέτοιο τρόπο ώστε να βρίσκεται η μια έναντι της άλλης σε σχέση προτάσεως και αποδοχής. Για να υπάρχει δηλαδή σύμβαση θα πρέπει ο ένας να προτείνει και ο άλλος να δεχθεί μια ορισμένη πρόταση.

Για να είναι η σύμβαση μεταξύ ξενοδοχείου και ταξιδιωτικού πρακτορείου έγκυρη, πρέπει τα συμβαλλόμενα μέρη:

- I. Να έχουν την ικανότητα για δικαιοπραξία.
- II. Να συμφωνούν σε όλα τα σημεία της συμβάσεως.
- III. Η σύμβαση να μην αντίκειται προς τους Νόμους και τα χρηστά ήθη του Κράτους.

---

<sup>1</sup>. Προσωπική συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα Μιχαήλ Γκιόλμαν (Φιλέλλήνων 7, Σύνταγμα).



Οι συμβάσεις μεταξύ ξενοδοχείων και πρακτορείων ανήκουν στην κατηγορία των αμφοτεροβαρών συμβάσεων. Αμφοτεροβαρείς δε συμβάσεις είναι εκείνες στις οποίες τα δύο μέρη είναι υποχρεωμένα να δώσουν μια παροχή. Το πρακτορείο δηλαδή, είναι υποχρεωμένο να γεμίζει πάντοτε τις κλίνες τις οποίες είχε κρατήσει για λογαριασμό του, το δε ξενοδοχείο είναι υποχρεωμένο να έχει πάντοτε στην διάθεση του πρακτορείου τις κρατηθείσες με την σύμβαση κλίνες.

### **3. ΣΧΕΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ - ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΝ**

Οι σχέσεις των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων και των Πρακτορείων Ταξιδίων έγκεινται στην συνεργασία τους και την λήψη προμήθειας των πρακτορείων από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, από κρατήσεις δωματίων με ή χωρίς πλήρη διατροφή (FB) ή ημιδιατροφή (HB) ή διαμονή με πρωινό (BB) ή απλή διαμονή ή παροχή δεξιώσεων ή μόνο γευμάτων κ.λπ. εκδηλώσεων.

Αναφέρεται ενδεικτικά ότι τα ξενοδοχεία το 1979 είχαν μια επενδυμένη περιουσία της τάξεως των 150 δις εκατομμυρίων σε δανειοδότηση του κλάδου με 25 δις εκατομμύρια.

Οι δαπάνες των Ξενοδοχείων κατά το 1979-80 ήταν περίπου σε μέσους όρους Προσωπικό 30-40%. Αποσβέσεις - τόκοι 20%, τρόφιμα 15-20%, Εταιρίες Κοινής Ωφελείας 10% και γενικά έξοδα 10% με μια σημείωση ότι το 10% περίπου του εισαγόμενου συναλλάγματος επανεξάγεται για τα διάφορα αναλώσιμα των Ξενοδοχείων.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο Σ Τ'

### Ο ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ

#### 1. ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΤΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΑ

Τα προσόντα τα οποία πρέπει να έχει ένας ταξιδιωτικός πράκτορας είναι τα εξής:

Ο ταξιδιωτικός πράκτορας πρέπει να είναι ευγενής, υπεύθυνος, πολύ κοινωνικός και τέλειος γνώστης των ζητημάτων της εργασίας του. Επίσης πρέπει ο πράκτορας να έχει πτυχίο πανεπιστημίου καθώς και να ξέρει τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα <sup>1</sup>.

Τα ίδια προσόντα πρέπει να έχουν σχεδόν και οι βοηθοί του, όπως και το υπόλοιπο υπαλληλικό προσωπικό του τουριστικού πρακτορείου. Συνήθως αυτοί είναι μεν ευγενείς, υπεύθυνοι και κοινωνικοί αλλά δεν έχουν όλοι τις απαραίτητες ή πολύτιμες γνώσεις για την εργασία τους.

Πιο συγκεκριμένα, με βάση την εγκύκλιο του Ε.Ο.Τ με θέμα τον προσδιορισμό γνώσεων Υπευθύνων Τουριστικών Γραφείων, ο Ταξιδιωτικός Πράκτορας πρέπει: <sup>2</sup>

- α. Να παρέχει τα εχέγγυα της αξιοπιστίας
- β. Να διαθέτει επαγγελματική ικανότητα
- γ. Να έχει γνώσεις στοιχείων: Αστικού, Εμπορικού, Διεθνούς, Κοινωνικού και Φορολογικού Δικαίου.

Όσον αφορά το τρίτο σημείο ας κάνουμε μια ανάλυση στο τι πρέπει να γνωρίζει ο Πράκτορας.

---

<sup>1</sup>. Προσωπική συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα Μιχαήλ Γκιόλμαν Φίλελλήνων 7, Σύνταγμα.

<sup>2</sup>. Εγκύκλιος του Ε.Ο.Τ περί «Προσδιορισμού γνώσεων Υπευθύνων Τουριστικών Γραφείων»

Να έχει γνώσεις:

1. Γενικά στις συμβάσεις
2. Στις συμβάσεις μεταφορών
3. Στις εμπορικές εταιρίες
4. Στα εμπορικά βιβλία
5. Στη νομοθεσία που διέπει τους όρους εργασίας και κοινωνικής ασφάλισης
6. Στα φορολογικά συστήματα και αποφάσεις προστασίας Εθνικού νομίματος
7. Στο καθεστώς των τιμολογίων, των κομίστρων και όρων μεταφοράς
8. Στις ασφάλειες
9. Στα τιμολόγια
10. Στο ρόλο και έργο των γραφείων Τουρισμού
11. Στις διατάξεις με την πρόσβαση στο επάγγελμα και την άσκησή του
12. Στα έγγραφα μεταφοράς
13. Στις προδιαγραφές και συντήρηση των Τουριστικών λεωφορείων
14. Στην γεωγραφία γενικά
15. Στην πρόληψη ατυχημάτων και μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται σε περίπτωση ατυχήματος
16. Στην τελωνειακή πρακτική και τελωνειακές διατυπώσεις
17. Στις κύριες κυκλοφοριακές ρυθμίσεις στα κράτη - μέλη της Ε.Ο.Κ.
18. Στην οργάνωση και λειτουργία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων
19. Στους κανονισμούς του Ε.Ο.Τ περί σχέσεων πελατών του πρακτορείου και σχέσεως πελατών προς ξενοδοχεία.

## **2. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Ο ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ**

Τα προβλήματα των ταξιδιωτικών πρακτόρων είναι πολλά και εντοπίζονται στα εξής:

Ο τρόπος εργασίας των ταξιδιωτικών πρακτόρων είναι δύσκολος, γιατί πρέπει αυτοί σαν παραγωγοί και σαν μεσολαβητές να προσεγγίσουν τον πελάτη, ο οποίος πρέπει να αναφέρουμε ότι είναι ένας απαιτητικός καταναλωτής.

Ο εξαγωγέας ενός Α΄ προϊόντος μπορεί να παρουσιάσει αυτό και τα πλεονεκτήματά του, ενώ ο τουριστικός πράκτορας έχει προϊόν άυλο, όπως είναι η προσφορά υπηρεσιών και μάλιστα σε αγορά διεθνή ή πολλές φορές άγνωστη.

Βασικό είναι το πρόβλημα που απορρέει από την υποχρέωση του ταξιδιωτικού πράκτορα, τουλάχιστον 20 ημέρες πριν από την έναρξη της εκδρομής, να υποβάλει το πρόγραμμα αυτής στην αρμόδια διεύθυνση του ΕΟΤ σε πέντε αντίτυπα (καλύτερα θα ήταν να υπάρχουν προδιαγραφές ενός τυποποιημένου πλέον προγράμματος).

Προβλήματα δημιουργούνται στους ταξιδιωτικούς πράκτορες επίσης από:

- α) Την αστάθεια του συναλλάγματος
- β) Την μικρή χωρητικότητα των μουσείων μας σε σχέση με την αλματώδη αύξηση του αριθμού των τουριστών, όπως και των PARKING των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων ιδιαίτερα της Αθήνας.
- γ) Την εκ του 10% επιβάρυνση Νομαρχιακά Ταμεία των Ελληνικών Τουριστικών λεωφορείων (πούλμαν) κ.λπ.
- δ) Τις υποβαθμισμένες τηλεπικοινωνίες και ταχυδρομία που δεν βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία των τουριστικών πρακτορείων.

ε) Το υψηλό κόστος της εγγυητικής επιστολής που είναι 4.000.000 δρχ. και είναι αρκετά δύσκολο να καλυφθεί από πολλούς που θέλουν να ανοίξουν τουριστικό πρακτορείο.

στ) Την διπλή ασφάλιση. Εκτός από τις πληρωμές του ΙΚΑ υπάρχουν και οι πληρωμές του ΤΑΝΠΥ (Ταμείο Ασφαλίσεων Ναυτικών Πρακτόρων και Υπαλλήλων).

Γενικά μπορούμε να πούμε πως οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα και το κράτος δεν κάνει αυτό που έχει την δυνατότητα να κάνει. Το κράτος δεν ξοδεύει όσα πρέπει να ξοδεύει για την προβολή του τουρισμού και δεν δίνει επιδοτήσεις σε τουριστικούς πρακτόρους ώστε να τους βοηθήσει για την καλύτερη λειτουργία του τουριστικού πρακτορείου.

### **3. ΠΑΡΕΡΜΗΝΕΙΕΣ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΑ**

Πρώτα πρέπει να αναφέρουμε πως ενεργούν οι πράκτορες. Ο πράκτορας αφού δίνει μια συνεννόηση με τον ξενοδόχο αναφορικά με την τιμή, στη συνέχεια πιέζει τον ξένο Τουρ οπερέιτορ να υποχωρήσει σ' αυτές τις τιμές. Πάντοτε υπήρξαν συμπαραστάτες των ξενοδοχειακών θέσεων, γιατί οι άμεσοι συνεργάτες τους είναι οι ξενοδόχοι. Αντίθετα τους ξένους Τουρ οπερέιτορς τους αντιμετωπίζουν και αυτοί σαν πελάτες όπως τους αντιμετωπίζει και ο ξενοδόχος. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι για να διευκολύνουν το έργο και του ξενοδόχου του δίνουν πληροφορίες για τα επίπεδα των τιμών που κινούνται οι διάφοροι Τουρ οπερέιτορς ώστε η διαπραγμάτευση να γίνει σε λογικά πλαίσια και όχι έξω από τις τιμές της αγοράς.

Στα πλαίσια αυτά θα παρέμβουν φυσικά να πείσουν τον Τουρ οπερέιτορ να δεχτεί τις τιμές που ζητά ο ξενοδόχος και ο τελευταίος να τις συμπίεσει σε λογικότερα επίπεδα ώστε να επέλθει η συμφωνία.

---

Προσωπική συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα Μιχαήλ Γκιόλμαν  
Φιλελλήνων 7 Σύνταγμα

Αλλά θα πρέπει να προσθέσουμε και κάτι άλλο που δημιουργεί την εντύπωση προστριβών. Επειδή ορισμένοι από αυτούς αντιπροσωπεύουν μερικούς Τουρ οπερέιτορς είναι φυσικό να μεταφέρουν κατά καιρούς διάφορες αντιρρήσεις τους όχι μόνο σε θέματα τιμολογιακά, αλλά και προσφοράς υπηρεσιών κ.λπ. Η μεταφορά των αποφάσεων αυτών του πελάτη τους αποτελεί υποχρέωση γι' αυτούς. Κι ακόμα αν τα παράπονα είναι δίκαια ενδέχεται να βοηθήσουν στη βελτίωση των υπηρεσιών, αφού καλοπροαίρετα, πάντα και ο ξενοδόχος θα δεχτεί τις υποδείξεις που οπωσδήποτε γίνονται όχι μόνο για καλό της μονάδας του, αλλά και του συνόλου του Ελληνικού Τουρισμού. Αν τα παράπονα είναι άδικα θα ρωτήσουν τον συνεργάτη τους ξενοδόχο για την απάντηση που πρέπει να δώσουν, ώστε να μην αντιδικίσουν με κανένα.

Τα τουριστικά γραφεία εργάζονται με προμήθεια. Για την τακτική τους δουλειά ζητούν την προμήθειά τους και δεν είναι πάντα βέβαιο ότι την εισπράτουν. Τα περισσότερα γραφεία στις δικές τους δουλειές δηλαδή των Τουρς των ομάδων κ.λπ. εργάζονται χωρίς προμήθεια με τιμές VET. Και αυτό γιατί το κέρδος τους δεν προέρχεται από την προμήθεια αλλά από το μικτό κέρδος των τουρς που πραγματοποιούν των τράνσφερ κ.λπ. Υπάρχουν περιπτώσεις που ερωτάται ο ξενοδόχος αν μπορεί να προσθέσει στην τιμή του και ένα δολλάριο για τον πράκτορα. Αν ο ξενοδόχος συμφωνήσει τότε το δολλάριο αυτό προστίθεται στην τιμή που έδωσε ο τελευταίος και σε συμφωνία μαζί του. Στις άλλες περιπτώσεις που δημιουργούν δικά τους προγράμματα εκεί προσθέτουν στην τιμή που θα τους δώσει ο ξενοδόχος και την δική τους προμήθεια που κυμαίνεται από 3-10%. Αλλά αυτή πλέον είναι εργασία του πρακτορείου, για την οποία συνεργάζεται με ένα ξενοδοχείο. Συνήθως και αυτό είναι ανθρώπινο,

---

· Προσωπική συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα Μιχαήλ Γκιόλμαν  
Φιλέλλήνων 7 Σύνταγμα.

υπάρχει στενότερη συνεργασία ορισμένων πρακτόρων με μερικά ξενοδοχεία.

Γενικότερα όμως, αν αντιμετωπίσουμε τον ρόλο των πρακτόρων, είναι καθιερωμένο πλέον ότι διαδραματίζουν αποφασιστικό έργο στον τομέα των δημοσίων σχέσεων του μάρκετινγκ. Η δουλειά τους γίνεται ως εξής: Όταν βρεθούν σε μία χώρα που γνωρίζουν ότι οι μεγάλοι τουρ οπερέιτορς δεν έχουν την Ελλάδα στο πρόγραμμά τους προσπαθούν να τους πείσουν να την περιλάβουν. Το επιτυγχάνουν κάνοντας δημόσιες σχέσεις, προσκλήσεις ή προσφέροντας ειδικές τιμές που έχουν πείσει προηγουμένως τους ξενοδόχους να δώσουν.

Τέλος πρέπει να γίνει περισσότερο αντιληπτό ότι ο ρόλος τους πράκτορα σχετίζεται άμεσα με ολόκληρο το τουριστικό κύκλωμα, περισσότερο ίσως και από του ξενοδόχου.

---

Προσωπική συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα Μιχαήλ Γκιόλμαν  
Φιλέλλήνων 7 Σύνταγμα.

## ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Το τελικό συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι η καλή λειτουργία και οργάνωση ενός τουριστικού πρακτορείου βοηθάει σε σημαντικότατο βαθμό την ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης και συνέπεια αυτού είναι η ολοένα και μεγαλύτερη ανάπτυξη της οικονομίας με την εισαγωγή συναλλάγματος.

Η λειτουργία του τουριστικού πρακτορείου, καθώς και η οργάνωση και διοίκηση αυτού πρέπει να είναι σωστή και μελετημένη γιατί απ'αυτό περνάνε όλες οι διαδικασίες για μια σωστή εκδρομή ή περιήγηση.

Ο αλλοδαπός ή ο ημεδαπός που επιθυμεί να κάνει τουρισμό, θέλει να αποφύγει κάποιες πρακτικές δυσκολίες στην υλοποίηση των σχεδίων του, γι'αυτό τον λόγο απευθύνονται στα τουριστικά πρακτορεία που είναι υπεύθυνα να ελαχιστοποιήσουν έως και να παρακάμψουν αυτές τις δυσκολίες. Αν όμως το πρακτορείο δεν είναι σωστά οργανωμένο και υπεύθυνο δεν θα μπορέσει να ανταποκριθεί όπως πρέπει στις απαιτήσεις των τουριστών με αποτέλεσμα την μη προσέλευσή τους στον Ελλαδικό χώρο.

Με λίγα λόγια το τουριστικό πρακτορείο είναι κατά κάποιο τρόπο ο καθρέπτης του Ελληνικού τουρισμού γενικότερα. Όσο πιο σωστά το πρακτορείο οργανώνει εκδρομές τόσο περισσότερο ανεβαίνει ο τουρισμός στην Ελλάδα με αποτέλεσμα την όλο και μεγαλύτερη ανάπτυξη της οικονομίας. Γιατί πρέπει να αναφέρουμε πως ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς εισροής συναλλάγματος στην Ελλάδα. Και αυτό αποδεικνύεται από τους στατιστικούς πίνακες που αναφέρω παρακάτω. Πιο συγκεκριμένα στο Πίνακα 5 βλέπουμε ότι το ταξιδιωτικό συνάλλαγμα που εισρέει στο κράτος ανεβαίνει συνεχώς με εξαίρεση την διαφορά από το 1990 στο 1991 που είναι αρνητική.

Ας ελπίσουμε βέβαια πως τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, και αυτά δεν είναι λίγα, θα εξαλειφθούν σιγά-



σιγά, ώστε τα πρακτορεία να λειτουργήσουν αποδοτικότερα, γιατί αυτό θα βοηθήσει στην αύξηση της τουριστικής κίνησης με αποτέλεσμα την ανάπτυξη της οικονομίας της Ελλάδας.

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ - ΚΛΙΝΕΣ - ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ

ΣΥΝΟΛΟ							
<b>ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>							
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΤΙΟΣ</b>	<b>ΑΠΡΙΛΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΙΟΣ</b>	<b>ΙΟΥΝΙΟΣ</b>
1992	36.260.299	238.637	290.924	398.540	1.957.639	4.273.785	5.538.384
1993	36.474.881	265.128	282.638	485.664	1.968.079	4.024.210	5.050.203
1994	40.657.544	280.294	298.209	673.779	1.962.036	4.934.818	6.111.002
1995		266.221	316.562	502.425	2.155.983	4.897.903	0
<b>ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>							
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΤΙΟΣ</b>	<b>ΑΠΡΙΛΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΙΟΣ</b>	<b>ΙΟΥΝΙΟΣ</b>
1992	11.943.147	663.340	666.048	736.825	1.018.095	909.030	974.100
1993	12.058.852	668.652	673.575	749.223	1.029.289	964.039	982.892
1994	12.234.374	686.430	629.658	775.007	1.063.226	969.894	1.047.556
1995		680.980	637.816	716.875	1.163.075	826.611	0
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>							
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΤΙΟΣ</b>	<b>ΑΠΡΙΛΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΙΟΣ</b>	<b>ΙΟΥΝΙΟΣ</b>
1992	48.203.446	901.977	956.972	1.135.365	2.975.734	5.182.815	6.512.484
1993	48.533.733	933.780	956.213	1.234.887	2.997.368	4.988.249	6.033.095
1994	52.891.918	966.724	927.867	1.448.786	3.025.262	5.904.712	7.158.558
1995		947.201	954.378	1.219.300	3.319.058	5.724.514	0
<b>ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΑΝ</b>							
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΤΙΟΣ</b>	<b>ΑΠΡΙΛΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΙΟΣ</b>	<b>ΙΟΥΝΙΟΣ</b>
1992	2.763.546	96.541	98.293	114.198	238.720	310.528	346.047
1993	2.849.640	104.355	101.419	121.258	237.068	323.868	354.097
1994	2.907.716	106.558	102.040	142.651	242.171	325.919	361.416
1995		106.839	103.603	119.027	263.684	347.161	0
<b>ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ</b>							
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΡΤΙΟΣ</b>	<b>ΑΠΡΙΛΙΟΣ</b>	<b>ΜΑΙΟΣ</b>	<b>ΙΟΥΝΙΟΣ</b>
1992	58,14%	31,14%	32,45%	33,14%	41,55%	55,63%	62,73%
1993	56,77%	29,83%	31,43%	33,95%	42,14%	51,34%	56,79%
1994	60,63%	30,24%	30,31%	33,85%	41,64%	60,39%	66,02%
1995		29,55%	30,71%	34,15%	41,96%	54,97%	#DIV/0!

ΣΥΝΟΛΟ			
<b>ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>	<b>ΙΟΥΛΙΟΣ</b>	<b>ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ</b>	<b>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ</b>
1992	6.659.110	7.175.224	5.906.613
1993	6.586.111	7.499.217	6.135.070
1994	7.316.375	7.971.078	6.480.182
1995			
<b>ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>	<b>ΙΟΥΛΙΟΣ</b>	<b>ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ</b>	<b>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ</b>
1992	1.593.593	2.023.900	1.126.092
1993	1.678.960	2.086.426	1.115.853
1994	1.594.707	2.166.968	1.159.276
1995			
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</b>	<b>ΙΟΥΛΙΟΣ</b>	<b>ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ</b>	<b>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ</b>
1992	8.252.703	9.199.124	7.032.705
1993	8.265.071	9.585.643	7.250.923
1994	8.911.082	10.138.046	7.639.458
1995			
<b>ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΑΝ</b>	<b>ΙΟΥΛΙΟΣ</b>	<b>ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ</b>	<b>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ</b>
1992	359.915	359.019	343.622
1993	370.503	376.347	353.460
1994	374.095	378.005	356.489
1995			
<b>ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΙΟΥΛΙΟΣ</b>	<b>ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ</b>	<b>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ</b>
1992	76,43%	85,41%	68,22%
1993	74,36%	84,90%	68,38%
1994	79,40%	89,40%	71,43%
1995			

ΕΔΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ - ΚΑΙΝΕΣ - ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
3.211.571	348.131	261.741
3.435.033	459.778	283.750
3.931.294	423.841	274.636
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
809.590	722.458	700.076
752.331	694.180	663.432
758.387	687.316	695.949
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
4.021.161	1.070.589	961.817
4.187.364	1.153.958	947.182
4.689.681	1.111.157	970.585
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
280.994	114.148	101.521
282.071	122.878	102.316
287.151	125.539	105.682
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
47,70%	31,26%	31,58%
49,48%	31,30%	30,86%
54,44%	29,50%	30,61%

## ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ					
ΚΡΑΤΗ	1990	1991	1992	1993	1994
ΑΥΣΤΡΙΑ	286.525	288.317	345.259	288.636	355.035
ΒΕΛΓΙΟ - ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	201.807	179.754	225.099	224.036	263.160
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	133.767	157.910	140.725	144.534	133.764
ΓΑΛΛΙΑ	565.407	470.945	542.222	554.644	622.005
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1.922.029	1.561.113	1.944.704	2.069.379	2.432.788
ΠΡΩΗΝ ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	580.733	518.644	93.413	191.792	277.366
ΔΑΝΙΑ	281.598	211.883	281.235	253.622	306.858
ΕΛΒΕΤΙΑ	151.695	126.241	163.126	164.999	175.153
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	1.647.361	1.674.875	2.154.850	2.191.347	2.439.721
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	67.835	44.085	57.885	62.780	70.384
ΙΣΠΑΝΙΑ	127.516	104.655	119.964	118.967	122.213
ΙΤΑΛΙΑ	620.766	517.145	622.619	625.509	724.762
ΚΥΠΡΟΣ	102.484	104.041	107.029	90.412	92.172
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	91.755	68.396	95.898	102.452	144.439
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	495.699	450.065	546.187	510.872	591.224
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	60.692	107.685	107.403	73.999	105.002
ΠΟΛΩΝΙΑ	61.073	47.535	43.788	34.292	31.018
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	27.408	16.586	26.245	20.919	21.581
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	11.258	17.919	19.683	18.862	25.474
ΣΟΥΗΔΙΑ	259.669	261.946	314.251	317.030	401.099
ΤΣΕΧΙΑ - ΣΛΟΒΑΚΙΑ	28.766	130.129	191.585	89.642	91.938
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	238.020	216.131	172.099	116.518	143.048
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	28.852	80.995	104.394	205.373	242.506
<b>ΣΥΝΟΛΟ Ε.Ο.Κ.</b>	<b>5.928.448</b>	<b>4.850.174</b>	<b>6.521.010</b>	<b>6.636.291</b>	<b>7.594.696</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ</b>	<b>7.992.715</b>	<b>7.356.995</b>	<b>8.419.663</b>	<b>8.470.616</b>	<b>9.812.710</b>
ΙΑΠΩΝΙΑ	107.694	57.902	109.680	89.907	95.067
ΙΣΡΑΗΛ	32.772	36.989	35.065	45.815	37.848
ΛΙΒΑΝΟΣ - ΣΥΡΙΑ	23.836	15.637	15.922	14.924	13.710
ΤΟΥΡΚΙΑ	43.406	53.531	73.650	149.390	735.21
ΙΡΑΝ	4.451	4.226	6.794	7.615	6.458
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗΣ	10.563	5.474	8.048	8.014	5.623
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΣΙΑΣ	53.148	44.859	55.467	54.506	61.666
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ</b>	<b>275.870</b>	<b>218.618</b>	<b>304.626</b>	<b>370.171</b>	<b>293.893</b>
ΑΙΓΥΠΤΟΣ - ΣΟΥΔΑΝ	23.056	20.020	19.525	19.609	18.540
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ	19.982	13.527	16.944	14.687	12.559
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	24.018	17.948	14.660	14.242	12.055
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ</b>	<b>67.056</b>	<b>51.495</b>	<b>51.129</b>	<b>48.538</b>	<b>43.134</b>
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	4.506	5.092	8.655	8.794	11.530
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	11.313	8.523	8.999	8.555	10.744
ΜΕΞΙΚΟ	6.264	3.642	6.535	5.336	5.318
Η.Π.Α.	273.849	180.429	278.941	256.719	266.777
ΚΑΝΑΔΑΣ	74.218	47.101	59.807	51.472	56.650
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	12.473	10.983	15.254	12.468	9.043
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ</b>	<b>382.623</b>	<b>255.770</b>	<b>378.191</b>	<b>343.344</b>	<b>360.062</b>
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	101.142	66.566	69.658	56.064	61.556
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	12.948	8.489	8.035	6.930	7.268
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ</b>	<b>114.090</b>	<b>75.055</b>	<b>77.693</b>	<b>62.994</b>	<b>68.824</b>
ΠΡΩΗΝ Ε.Σ.Σ.Δ.	40.956	78.194	100.058	117.160	134.187
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ</b>	<b>8.873.310</b>	<b>8.036.127</b>	<b>9.331.360</b>	<b>9.412.823</b>	<b>10.712.810</b>
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	437.182	235.131	424.652	500.444	588.912
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>9.310.492</b>	<b>8.271.258</b>	<b>9.756.012</b>	<b>9.913.267</b>	<b>11.301.722</b>

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

(ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΝΑ ΚΡΑΤΟΣ)

## ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΛΕΓΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ					
ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ ...	1990	1991	1992	1993	1994
<b>ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ</b>					
<b>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΕΩΣ</b>	0	0	0	0	0
<b>ΑΝΔΡΑΒΙΔΑΣ</b>	0	0	0	0	0
<b>ΑΡΑΞΟΥ</b>	4.147	23.941	29.102	28.571	31.707
<b>ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ</b>	74	70	506	74	84
<b>ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ</b>	2.729.914	3.627.463	2.241.003	2.280.357	2.571.553
<b>ΖΑΚΥΝΘΟΥ</b>	39.573	45.421	205.777	190.912	241.843
<b>ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ</b>	1.343.558	1.319.031	1.472.310	1.506.088	1.791.550
<b>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ</b>	229.274	229.974	345.684	419.607	537.160
<b>ΘΗΡΑΣ</b>	2.878	47.443	45.794	78.780	103.350
<b>ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ</b>	920	111	7	49	12
<b>ΚΑΒΑΛΑΣ</b>	1.234	22.441	37.855	54.319	58.233
<b>ΚΑΡΠΑΘΟΥ</b>	3.948	4.711	7.545	28.103	30.837
<b>ΚΕΡΚΥΡΑΣ</b>	72.504	140.143	735.145	733.220	514.315
<b>ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ</b>	50.045	5.377	70.711	94.003	103.782
<b>ΚΩ</b>	307.157	338.787	453.335	443.933	530.315
<b>ΜΕΣΣΗΝΗΣ</b>	9.002	0.521	14.475	19.758	28.715
<b>ΜΥΚΟΝΟΥ</b>	29.214	44.455	45.627	45.771	51.785
<b>ΛΗΜΝΟΥ</b>	0	0	0	0	0
<b>ΜΥΡΙΝΗΣ (ΛΕΣΒΟΥ)</b>	194	85	30.443	37.411	40.719
<b>ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ</b>	44.368	56.093	63.866	69.942	82.706
<b>ΠΡΕΒΕΖΑΣ</b>	51.447	45.543	74.519	70.164	84.421
<b>ΡΟΔΟΥ</b>	840.099	744.574	922.921	923.883	1.081.370
<b>ΣΑΜΟΥ</b>	95.223	91.077	72.504	140.904	34.245
<b>ΣΚΙΑΘΟΥ</b>	53.991	30.026	105.014	108.169	128.083
<b>ΧΑΝΙΩΝ</b>	101.293	200.448	258.212	230.803	320.513
<b>ΧΙΟΥ</b>	47.713	13.377	87.500	116.631	170.431
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ</b>	<b>6.304.864</b>	<b>5.772.557</b>	<b>7.305.312</b>	<b>7.496.435</b>	<b>8.822.774</b>
<b>ΣΙΑΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ</b>					
<b>ΔΙΚΑΙΩΝ</b>	7.628	1.830	1.103	737	1.359
<b>ΕΙΔΟΜΕΝΗΣ</b>	239.476	35.945	54.893	45.520	28.547
<b>ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ</b>	16.614	18.007	12.003	5.397	7.929
<b>ΠΥΘΙΟΥ</b>	15.805	8.187	8.703	5.160	5.101
<b>ΚΑΥΚΑΣΟΥ</b>	37	0	0	0	0
<b>ΦΛΩΡΙΝΗΣ</b>	0	0	0	0	0
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΣΙΑΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΝ</b>	<b>279.810</b>	<b>144.969</b>	<b>76.708</b>	<b>56.814</b>	<b>42.936</b>
<b>ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ</b>					
<b>ΕΛΕΥΣΙΝΟΣ</b>	1.492	1.840	4.383	2.707	1.539
<b>ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑΣ</b>	108.091	115.720	219.953	245.737	322.287
<b>ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ</b>	5.492	50.715	4.127	9.538	5.872
<b>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ</b>	435	445	534	1.981	553
<b>ΚΕΡΚΥΡΑΣ</b>	32.470	270.520	247.372	214.356	359.908
<b>ΠΑΤΡΩΝ</b>	210.887	82.471	370.703	229.818	308.061
<b>ΠΕΙΡΑΙΩΣ</b>	51.011	31.315	48.977	44.359	45.784
<b>ΡΟΔΟΥ</b>	65.440	75.099	75.819	75.424	84.718
<b>ΛΟΙΠΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ</b>	14.743	150.250	71.104	149.558	140.335
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ</b>	<b>973.140</b>	<b>897.755</b>	<b>1.143.034</b>	<b>978.258</b>	<b>930.084</b>
<b>ΟΔΙΚΩΣ</b>					
<b>ΔΟΙΡΑΝΗΣ</b>	107.716	49.557	8.531	3.718	3.128
<b>ΕΥΖΩΝΩΝ</b>	725.939	709.103	350.584	250.639	318.031
<b>ΚΑΚΚΑΒΙΑΣ</b>	7.913	55.421	74.253	152.243	156.868
<b>ΚΑΣΤΑΝΕΩΝ</b>	17.013	10.311	2.337	1.743	2.134
<b>ΚΗΠΩΝ</b>	148.144	108.310	101.620	160.115	109.274
<b>ΚΡΥΣΤΑΛΛΟΠΗΓΗΣ</b>	44.371	23.723	21.574	52.114	50.992
<b>ΝΙΚΗΣ</b>	117.245	47.770	12.374	11.965	8.472
<b>ΟΡΜΕΝΙΟΥ</b>	29.020	37.254	29.716	34.029	21.659
<b>ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ</b>	171.113	146.271	205.307	214.150	206.458
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΟΔΙΚΩΣ</b>	<b>1.315.496</b>	<b>1.220.846</b>	<b>806.306</b>	<b>881.316</b>	<b>970.016</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΜΩΝ</b>	<b>8.873.310</b>	<b>8.036.127</b>	<b>9.331.360</b>	<b>9.412.823</b>	<b>10.712.810</b>
<b>ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ</b>	437.182	225.111	424.652	500.444	1.389.972
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>9.310.492</b>	<b>8.271.258</b>	<b>9.756.012</b>	<b>9.913.267</b>	<b>11.301.722</b>

## ΠΙΝΑΚΑΣ 3

(ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΝΑ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ)

ΠΟΡΕΙΑ ΧΩΡΑΣ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ													
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ													
	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος	Σύνολο
1981	104.195	108.164	174.471	457.472	612.543	651.552	1.045.817	1.049.203	691.447	421.489	144.454	116.302	5.577.109
1982	100.806	100.723	188.619	464.739	625.166	670.548	1.045.633	966.804	678.896	401.830	121.982	98.114	5.463.860
1983	79.535	77.028	203.333	371.507	638.211	654.221	1.005.027	911.125	707.691	396.762	115.387	98.545	5.258.372
1984	89.967	86.387	169.338	510.945	649.236	747.964	1.129.879	1.054.555	838.634	481.310	149.048	120.003	6.027.266
1985	97.218	97.034	247.405	497.791	811.194	944.819	1.259.448	1.265.318	965.120	529.414	169.945	154.722	7.039.428
1986	107.323	110.758	279.368	466.884	857.560	912.259	1.321.387	1.355.313	944.606	579.582	202.108	201.867	7.339.015
1987	107.292	104.544	160.674	585.435	896.338	1.033.714	1.546.950	1.552.132	1.095.691	683.190	147.792	139.300	8.053.052
1988	118.091	127.982	228.297	552.008	990.080	1.131.059	1.589.460	1.583.106	1.103.973	622.484	166.016	138.626	8.351.182
1989	110.470	113.903	309.511	572.957	1.024.666	1.129.443	1.554.818	1.607.393	1.143.421	630.826	203.354	140.200	8.540.962
1990	118.651	119.476	310.912	678.034	1.120.756	1.230.575	1.693.318	1.748.226	1.251.614	670.301	217.610	151.019	9.310.492
1991	92.956	89.388	259.373	353.668	888.585	1.057.884	1.629.671	1.667.894	1.189.492	661.335	220.664	160.348	8.271.258
1992	103.597	108.215	210.370	588.917	1.190.702	1.378.845	1.842.769	1.900.727	1.381.468	705.564	189.574	155.264	9.756.012
1993	112.017	107.648	202.933	562.005	1.183.373	1.286.265	1.856.403	1.945.247	1.451.158	839.228	203.081	163.909	9.913.267
1994	146.269	129.778	239.545	637.451	1.399.610	1.543.119	2.059.306	2.113.445	1.709.328	940.164	215.203	168.504	11.301.722
1995	135.693	125.566	237.504	697.985	1.278.007								

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕ ΠΤΗΣΕΙΣ CHARTER					
	1990	1991	1992	1993	1994
ΧΩΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΛΒΑΝΙΑ	0	101	201	52	0
ΑΥΣΤΡΙΑ	19819	224048	271352	242226	272927
ΒΕΛΓΙΟ	134659	109378	132809	149101	174935
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	1187	1116	672	191	14162
ΓΑΛΛΙΑ	330419	265611	299625	337022	343559
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1104318	1075213	1382636	1546818	1920386
ΠΡΩΗΝ ΠΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	21032	7451	8329	6539	8499
ΔΑΝΙΑ	183497	119750	196051	181001	254400
ΕΛΒΕΤΙΑ	89367	84568	136698	142760	168742
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	1514091	1509406	1940753	1983833	2156369
ΙΡΑΝΔΙΑ	16520	19043	25862	32611	38050
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	0	0	374	0	0
ΙΣΠΑΝΙΑ	41799	32739	37265	38696	28897
ΙΤΑΛΙΑ	97626	12744	163316	189237	206283
ΚΥΠΡΟΣ	5888	9065	11762	5960	5686
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	6616	5118	15666	0	2527
ΜΑΛΤΑ	25	159	389	2	866
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	68504	56476	81103	90543	113519
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	316227	307755	370176	352145	393424
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	11431	3386	9629	3911	10688
ΠΟΛΩΝΙΑ	653	1340	1225	723	973
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	212	917	202	265	1109
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	171	56	271	258	665
ΠΡΩΗΝ Ε.Σ.Σ.Δ.	773	1400	4045	6464	36367
ΣΟΥΗΔΙΑ	218804	225622	273538	290570	362999
ΤΣΕΧΙΑ - ΣΛΟΒΑΚΙΑ	2101	20155	4799	10538	42289
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	214037	186439	149808	86850	106507
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	4.578.076	4.379.056	5.518.556	5.698.316	6.664.828
ΚΑΝΑΔΑΣ	4938	3747	1959	700	1728
Η.Π.Α.	14625	8594	17588	15838	13616
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	0	0	0	0	137
ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	19.563	12.341	19.547	16.538	15.481
ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	6.427	9.639	15.047	16.815	16.430
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	953	4.084	7.651	2.927	3.714
ΣΥΝΟΛΟ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	185	4.683	983	80	133
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	4.605.204	4.409.803	5.561.784	5.734.676	6.700.586

ΠΙΝΑΚΑΣ 5



ΠΟΡΕΙΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΜΕ ΠΤΗΣΕΙΣ CHARTER  
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ

	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΕΒΡΟΥΑΡΙΟ	ΜΑΡΤΙΟΣ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΕΠΤΕΜΒΡΙΟ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ
1981	2.189.568												
1982	2.383.371												
1983	2.293.820												
1984	2.583.947												
1985	3.259.475												
1986	3.628.088												
1987	4.070.305												
1988	4.177.077												
1989	4.212.880												
1990	4.605.204												
1991	4.409.803	7.265	2.121	39.527	156.489	565.527	696.929	878.104	887.852	805.770	344.918	13.348	11.953
1992	5.561.784	8.982	7.144	24.185	336.816	790.338	917.546	1.048.533	1.116.825	926.203	359.490	13.200	12.522
1993	5.734.676	9.877	9.085	38.217	303.309	771.834	840.407	1.129.462	1.146.842	967.033	483.669	20.301	14.640
1994	6.700.586	20.319	17.034	96.369	305.674	991.313	1.051.224	1.318.629	1.233.413	1.055.582	543.793	40.018	27.218
1995		17.327	13.434	28.545	368.581	899.625	3.506.106						

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΜΕ ΠΤΗΣΕΙΣ CHARTER ΚΑΤΑ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ

	1990	1991	1992	1993	1994
ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ	760.919	620.449	711.669	760.288	827.585
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	611.721	641.200	737.140	728.769	773.544
ΧΑΝΙΑ		176.988	249.739	209.745	305.070
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ		52.041	73.654	83.412	99.379
ΑΡΑΞΟΣ		23.863	28.152	27.853	33.577
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1.126.350	1.099.162	1.377.754	1.453.799	1.727.653
ΙΩΑΝΝΙΝΑ		0	25	0	11
ΜΗΛΟΣ		417	0	0	0
ΡΟΔΟΣ	787.117	711.061	921.454	907.665	1.043.664
ΚΑΒΑΛΑ		18.986	37.540	56.186	73.424
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	151.905	160.698	248.160	288.272	378.844
ΚΩΣ	340.482	345.775	454.116	455.573	568.140
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ		52.428	66.774	78.096	111.329
ΜΥΤΙΛΗΝΗ		47.347	59.813	68.558	67.481
ΣΑΜΟΣ		89.382	119.827	137.012	148.086
ΠΡΕΒΕΖΑ		46.554	74.373	69.287	80.734
ΖΑΚΥΝΘΟΣ		166.988	206.131	189.491	232.072
ΜΥΚΟΝΟΣ		36.524	45.696	47.397	48.990
ΣΚΙΑΘΟΣ		82.949	103.803	106.448	92.864
ΚΑΛΑΜΑΤΑ		9.339	13.053	19.935	28.654
ΚΑΡΠΑΘΟΣ		14.764	18.959	28.007	28.424
ΧΙΟΣ		10.029	8.149	11.568	15.300
ΠΑΡΟΣ		2.048	2.313	1.042	0
ΛΙΜΝΟΣ		811	2.926	4.415	6.343
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ		0	137	0	2.032
ΝΑΞΟΣ		0	427	932	452
ΒΟΛΟΣ		0	0	926	6.929
ΑΝΔΡΑΒΙΔΑΣ	0				0
ΛΟΙΠΟΙ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕΣ	826.710				5
ΣΥΝΟΛΟ	4.605.204	4.409.803	5.561.784	5.734.676	6.700.586

## ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΛΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ					
ΜΗΝΕΣ	1990	1991	1992	1993	1994
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	60,70	100,00	93,60	109,60	137,40
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	61,50	78,10	82,80	106,90	92,60
ΜΑΡΤΙΟΣ	79,70	91,20	105,30	126,50	135,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	133,30	130,20	170,50	180,40	183,50
ΜΑΙΟΣ	229,70	227,40	286,30	252,90	286,00
ΙΟΥΝΙΟΣ	300,90	266,30	407,80	413,00	429,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	408,60	405,20	540,10	477,80	570,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	465,40	445,70	487,10	555,70	649,80
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	146,10	364,00	371,90	528,10	579,00
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	431,40	243,40	377,20	296,30	399,00
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	168,20	118,00	209,00	165,30	254,90
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	101,30	97,90	140,20	122,60	188,70
ΣΥΝΟΛΟ	2.586,80	2.567,40	3.271,80	3.335,10	3.904,90
* σε εκατομμύρια δολλάρια Η.Π.Α.					

ΠΙΝΑΚΑΣ Β

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

1. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ  
Αντωνία Ευθυμιάδου - Πουλάκου,  
Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα, Αθήνα - Κομοτηνή 1987.
2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Ι  
Βασίλειου Ρούπα  
Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα 1987.
3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ  
Ηγουμενάκης Νίκος  
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991.
4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΙΙΙ  
Βασίλειου Ρούπα  
Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα 1981.
5. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ  
Περικλή Ν. Λύτρα  
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1988.
6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ  
Καφιώτη Σταύρου  
Αθήνα 1974.

### ΕΓΚΥΚΛΙΟΙ - ΝΟΜΟΙ - ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ - ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

1. Προσωπική Συνέντευξη με τον ταξιδιωτικό πράκτορα ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΙΟΛΜΑΝ (Φιλελλήνων 7 - Σύνταγμα).
2. Πληροφοριακό Εντυπο για την χορήγηση άδειας λειτουργίας Τουριστικού γραφείου.
3. ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ του Ε.Ο.Τ. «περί προσδιορισμού γνώσεων Υπευθύνων Τουριστικών Γραφείων».
4. Απόφαση διοικητή της ΥΠΑ σε ισχύ από 10.2.1987 «περί κανονισμού πτήσεων Charter».
5. Αναλυτικό Στατιστικό Δελτίο Τουριστικής Δραστηριότητας από τον Ε.Ο.Τ.