

Τ.Ε.Φ.
30

**Α.Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

***ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ και ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ
ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ***

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ:

Όλγα Σάββα

ΑΜ: 53

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

Αριστείδης Παπαγρηγορίου

ΑΘΗΝΑ, 2011

**ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ**

Περίληψη (στην ελληνική γλώσσα)

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία αναφέρεται στη *διερεύνηση του εκπαιδευτικού και επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία*. Αρχικά, αναλύονται *ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ*, όπως είναι ο **Τουρισμός** και ο **Τουρίστας** οι ορισμοί των οποίων κρίνεται απαραίτητο να συμπεριληφθούν. Έπειτα, αναφέρονται οι Δομές Οργάνωσης και Πολιτικής του Τουρισμού, δηλαδή ποιες τουριστικές πολιτικές ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι ανεπτυγμένες χώρες, ποιοι είναι οι τουριστικοί οργανισμοί και οι αρμοδιότητές τους. Ακολουθεί ο τομέας των τουριστικών γραφείων, ο ορισμός τους, τα είδη και διακρίσεις τους. Η εκπαίδευση, τα επαγγελματικά καθήκοντα και οι απαραίτητες γνώσεις, που αναφέρονται παρακάτω, είναι από τα σημαντικότερα σημεία στην εργασία καθώς αποτελούν πηγή πληροφοριών για να σχολιαστεί αργότερα η έρευνα, η οποία παρουσιάζεται στο τελευταίο κεφάλαιο και υποστηρίζεται διαγραμματικά.

Abstract

This thesis refers to the *investigation of the educational and professional profiles of workers in the tourist offices*. Initially, are analyzed the BASIC CONCEPTS OF TOURISM, such as tourism and the tourist whose definitions are necessary to be included. Then basic information about the **Organization and Structure of Tourism Policy** is given, namely what tourism policies pursued by the European Union, developed countries, what are the **tourist agencies** and their responsibilities. Additionally, are mentioned the **tourist office's definition and the discrimination of tourist agencies**. Education, job tasks and knowledge, listed below are the most important items to work as an information source available to comment after the investigation, presented in the last chapter and supported graphically.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

«Διερεύνηση του εκπαιδευτικού και επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία»

Εξώφυλλο

Περίληψη(στην ελληνική γλώσσα).....σελ.2

Περίληψη(στα αγγλικά).....σελ.2

Ευχαριστίες.....σελ.5

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Κεφάλαιο 1^ο : ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1.1. Τουρισμός.....σελ.6-8

1.1.2. Τουρίστας.....σελ.9

1.2 ΟΙ ΔΟΜΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.2.1 Οι τουριστικοί οργανισμοί και οι τουριστικές πολιτικές των αναπτυγμένων χωρών.....σελ.10-11

1.2.2 Η τουριστική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....σελ.11

1.2.3 Ρόλοι, αρμοδιότητες και τάσεις τουριστικών οργανισμών..σελ.12

1.3 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ.).....σελ.12-13

Κεφάλαιο 2^ο : ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

2.1 ΤΙ ΟΝΟΜΑΖΟΥΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ.....σελ.14

2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ....σελ.15-17

2.3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ.....σελ.18

Κεφάλαιο 3^ο : Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.1 ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ (ανάλογα με το οικονομικό τους υπόβαθρο και τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση στον τομέα του τουρισμού).....σελ.19-21

3.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....σελ.22-23

Κεφάλαιο 4^ο : ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ, ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΩΝ

4.1	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....σελ.24-25
4.2	ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ & ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ.....σελ.26-29
4.3	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ....σελ.29
4.4	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ.....σελ.30-35

Κεφάλαιο 5^ο : ΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ)

5.1	ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ.36
5.2	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ.36-37
5.3	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ & ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ.37-57
	Συμπεράσματα.....σελ.58-59
	Προτάσεις.....σελ.60
	Βιβλιογραφία.....σελ.61-63
	Παράρτημα

Ευχαριστώ τον κύριο Αριστείδη Παπαγρηγορίου που βοήθησε σημαντικά στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός, όπως τον γνωρίζουμε στη σημερινή σύγχρονη μορφή του, μπορεί να οριστεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους σε έναν άλλο εκτός αυτού με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών τους και επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ξεκούρασης ή αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.¹ Ιστορικά, οι πρώτοι που προσπάθησαν να αποδώσουν όσο ακριβέστερα γινόταν, τον ορισμό του τουρισμού ήταν δυο καθηγητές από το Πανεπιστήμιο της Βέρνης, οι Krapf και Hunziker. Οι δυο επιστήμονες υποστήριζαν ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε αυτόν, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα.² Αν προσπαθούσαμε να αναλύσουμε τον ορισμό, θα λέγαμε ότι μας βοηθά να διακρίνουμε τον τουρισμό από την αποδημία και μας ξεκαθαρίζει απόλυτα ότι ο τουρισμός δεν έχει καμία σχέση με ημερήσιες περιηγήσεις. Αντίθετα, δεν περιλαμβάνει την έννοια του επαγγελματικού τουρισμού σκοπός του οποίου είναι ο συνδυασμός του κέρδους και της αναψυχής, γι' αυτό θα λέγαμε ότι ο ορισμός αυτός των καθηγητών ήταν ελλιπής. Με την πάροδο των χρόνων ο ορισμός του τουρισμού διευρύνθηκε αρκετά ώστε να περιλαμβάνει όλες τις παραμέτρους που συστήνουν τον ορισμό του.³

1 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998, σελ. 81.

2 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998, σελ. 84.

3 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998, σελ. 84

Θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στην άποψη ότι ο τουρισμός χαρακτηρίζει το πλήθος που μετακινείται και το οποίο, εκτός από κάποιες εξαιρέσεις, είναι ξένοι στους προορισμούς που επισκέπτονται και διαθέτουν ένα διαφορετικό στοιχείο από τους ντόπιους των προορισμών αυτών.⁴ Επιπλέον, ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από σύντομο, πρόσκαιρο χρονικό διάστημα παραμονής, ενώ αντίθετα η αποδημία χαρακτηρίζεται από μακροχρόνια παραμονή στο νέο τόπο διαμονής και συνήθως συνδυάζεται με εργασία. Από την εργασία αυτή, τα χρήματα που θα κερδίσει το άτομο θα καταναλωθούν κατά ένα μέρος στον προσωρινό τόπο διαμονής και τα υπόλοιπα θα επενδυθούν στον μόνιμο τόπο διαμονής από τον οποίο έχει αποδημήσει το άτομο.⁵ Παρατηρούμε, επομένως, ότι αν κάνουμε τις παραπάνω σκέψεις, δεν έχουμε καταλήξει ακόμα σε έναν ολοκληρωμένο ορισμό του τουριστικού φαινομένου. Υπάρχουν ακόμα πολλοί παράγοντες που πρέπει να συμπεριλάβουμε, όπως οι προμηθευτές τουριστικών προϊόντων (τα ξενοδοχεία, μεταφορικές εταιρείες κτλ), τα κίνητρα μετακίνησης και όλα αυτά τα στοιχεία που συντελούν στο να πραγματοποιηθεί ομαλά ένα ταξίδι.

Στα νεότερα χρόνια, το 1937, η *Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών*⁶ υπέδειξε στις χώρες-μέλη ότι θα έπρεπε να χρησιμοποιούν έναν ορισμό, ο οποίος θα χαρακτήριζε τον τουρίστα ως ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή και παραπάνω σε μία χώρα διαφορετική από εκείνη όπου διαμένει μόνιμα.⁷ Σε αυτό τον ορισμό συμπεριλαμβάνονταν οι άνθρωποι που:

- ◆ Ταξίδευαν για αναψυχή, λόγους υγείας και οικογενειακούς
- ◆ Ταξίδευαν για συνέδρια/συσκέψεις
- ◆ Ταξίδευαν για επαγγελματικούς λόγους ΜΟΝΟ
- ◆ Προσέγγιζαν με κρουαζιερόπλοιο κάποιο λιμάνι και το επισκέπτονταν για λιγότερο από 24 ώρες.

Ενώ δεν περιελάμβανε άτομα που είχαν κάποια σύμβαση εργασίας στη νέα χώρα διαμονής, σπούδαζαν σε σχολές του εξωτερικού (εκπαιδευτικοί λόγοι μετακίνησης), κατοίκους παραμεθόριων που εργάζονταν σε γειτονική χώρα ή ταξιδιώτες που περνούν από χώρες και δεν σταματούν καθόλου.

4 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998,σελ. 85

5 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998,σελ. 85

6 Κοινωνία των Εθνών (Ο.Η.Ε)

7 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998,σελ. 89

Οι παραπάνω παράγοντες οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο ορισμός του τουρισμού δεν έχει αποδοθεί ακόμα με απόλυτη ακρίβεια. Οι τελευταίες προσπάθειες που έγιναν ώστε να καλυφθούν τα κενά που άφηναν να υπάρχουν οι προηγούμενοι ορισμοί είναι με τη σύγκληση της *Παγκόσμιας Διάσκεψης για τον Τουρισμό* η οποία πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια του *Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού* από τις 27/9/80 ως τις 10/10/80 στις Φιλιππίνες⁸ και ασχολήθηκε ιδιαίτερα με το θέμα του εσωτερικού τουρισμού, ο οποίος δεν συμπεριλήφθηκε ποτέ μέχρι τότε σε κανέναν ορισμό. Ορισμένες χώρες που συμμετείχαν στο μεγάλο αυτό γεγονός προσπάθησαν να ορίσουν τον εσωτερικό τουρισμό με βάση την απόσταση που απέχει από τον μόνιμο τόπο κατοικίας του το άτομο (ο τουρίστας) που πραγματοποιεί τουρισμό λαμβάνοντας υπόψη και τους λόγους για τους οποίους πραγματοποιεί αυτή την απόσταση και διαμονή στον εκάστοτε προορισμό.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι δεν μπορεί να αποδοθεί με ακρίβεια ένας ολοκληρωμένος ορισμός του τουρισμού⁹. Το σίγουρο είναι ότι θα πρέπει να διατυπωθεί ένας ορισμός που να περιλαμβάνει τους ντόπιους, τους ξένους τουρίστες, τους λόγους μετακίνησης, την απόσταση και όλα αυτά που ορίζουν το τουριστικό φαινόμενο. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι περισσότεροι χρησιμοποιούν τον ορισμό των Graf και Hunziker των δυο αυτών καθηγητών από το Πανεπιστήμιο της Βέρνης.

8 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998,σελ. 94
9 Ν.Γ.Ηγουμενάκης, Κ.Ν. Κραβαρίτης Π.Ν. Λύτρας, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα 1998,σελ. 95

1.1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Τουρίστας ονομάζεται το άτομο που μετακινείται από τον μόνιμο τόπο κατοικίας του σε έναν άλλο, για περισσότερο από 24 ώρες, για λόγους αναψυχής, οικογενειακούς, επαγγελματικούς ή υγείας¹⁰. Στους τουρίστες συμπεριλαμβάνονται *αλλοδαποί τουρίστες, υπήκοοι κάτοικοι εξωτερικού και μέλη πληρωμάτων*.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό να διατυπωθεί και ο *ορισμός του εκδρομέα* για να γίνει ο διαχωρισμός από αυτόν του τουρίστα. *Εκδρομέας* ονομάζεται το άτομο που μετακινείται για λιγότερο από 24 ώρες στον τόπο προορισμού, δεν διανυκτερεύει, και σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, διασυνοριακοί αγοραστές και μέλη πληρωμάτων επίσης.

Σκοπός του διαχωρισμού των εννοιών του *τουρίστα* και του *εκδρομέα* είναι να καταλάβουμε την καταναλωτική «θέση» που έχει στην μελέτη της τουριστικής οικονομίας ο καθένας από τους δυο. Ο τουρίστας όταν μετακινείται διανυκτερεύει, επομένως χρησιμοποιεί ξενοδοχείο, πανσιόν, μοτέλ ή έστω κάποιου είδους κατάλυμα ενώ ο εκδρομέας όχι. Ο εκδρομέας περιορίζεται στο να καταναλώνει υπηρεσίες εστιατορίου, μπαρ κτλ. Χωρίς να διανυκτερεύει κάπου. Διαφέρουν δηλαδή τα κίνητρα μετακίνησης ανάμεσα στον τουρίστα και τον εκδρομέα.

¹⁰ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), όλες οι πληροφορίες για τον οργανισμό είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα: www.visitgreece.gr/

1.2 ΟΙ ΔΟΜΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι σύγχρονες πολιτικές οργάνωσης τουρισμού και η ένταξη του φαινομένου αυτού στον εμπορικό τομέα ως μέσο αύξησης κέρδους και επενδύσεων, τα οποία έχουν ως στόχο την παραίνεση των χωρών υποδοχής για τον τρόπο που θα οργανωθούν ώστε να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικότερα τα «κύματα» τουριστών που εισρέουν σ' αυτές, έχουν ορίσει τρεις τύπους δομών τουρισμού και έχουν ως εξής:

- ◆ Οι τουριστικοί οργανισμοί
- ◆ Τα ταξιδιωτικά γραφεία
- ◆ Και οι Tour operators

1.2.1 ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΑΝΕΠΤΥΓΜΕΝΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ξεκινώντας από τους τουριστικούς οργανισμούς, ο **Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού** με έδρα την Μαδρίτη της Ισπανίας είναι ο *μεγαλύτερος τουριστικός οργανισμός παγκοσμίως*. Ξεκίνησε¹¹ το 1974 με Γενικό Γραμματέα τον Robert Lonati, επισήμως πλέον, ενώ υπήρχε ως ιδέα ήδη από το 1962. Με την δημιουργία του τα κράτη-μέλη που συμμετείχαν μπορούσαν να προτείνουν ιδέες για την τουριστική ανάπτυξη των χωρών τους και να εναρμονίσουν τις τουριστικές πολιτικές που ακολουθούσαν, γεγονός που συμβαίνει μέχρι σήμερα. Τα κράτη-μέλη του Π.Ο.Τ. είναι 150 και όπως είναι φυσικό προέρχονται και από τις πέντε ηπείρους.

Ο κύριος στόχος του οργανισμού είναι η οικονομική ανάπτυξη και ευημερία, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και η παγκόσμια διάδοση του τουριστικού φαινομένου χωρίς διακρίσεις φύλου, χρώματος, γλώσσας ή θρησκείας. Θεωρείται από τους πιο σημαντικούς φορείς με παγκόσμια εμβέλεια και το έργο του είναι εξαιρετικά σημαντικό επίσης.

¹¹ UNWTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-Π.Ο.Τ.)/όλες οι πληροφορίες βρίσκονται στην ιστοσελίδα του οργανισμού, www.unwto.org/

1.2.2 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση¹², σε αντίθεση με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού που το έργο του έχει διακυβερνητικό χαρακτήρα, λειτουργεί με μία τελείως διαφορετική πολιτική. Στόχος της είναι να αναπτυχθούν οι υπανάπτυκτες περιοχές, όσες από αυτές διαθέτουν βέβαια αξιόλογους τουριστικούς πόρους για αξιοποίηση. Έχει θεσπίσει μία σειρά από όργανα Περιφερειακής Οικονομικής Πολιτικής, τα οποία είναι:

- ◆ Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (F.E.D.E.R.) που χρηματοδοτεί τις τουριστικές επενδύσεις στα κράτη-μέλη της Ένωσης ,ανάλογα με το αναπτυξιακό πρόγραμμα της κάθε χώρας.
- ◆ Το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο (F.E.O.G.A.)
- ◆ Την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (B.E.I.)
- ◆ Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (F.S.E.)

Το καθένα από τα παραπάνω όργανα έχει να διατελέσει ένα ξεχωριστό σημαντικό έργο χωρίς να επεμβαίνει στην τουριστική πολιτική της κάθε χώρας στηρίζοντας όμως το κάθε κράτος-μέλος να αναπτυχθεί οικονομικά μέσω του τουρισμού και μέσω των επενδύσεων που γίνονται σ' αυτόν τον τομέα. Έτσι επιτρέπει στα κράτη-μέλη να ακολουθούν τη δική τους εθνική τουριστική πολιτική η οποία είναι πάντα σχεδιασμένη σύμφωνα με τους τουριστικούς πόρους που διαθέτουν προς αξιοποίηση.

Θα πρέπει να αναφερθεί και το έργο του **Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης**¹³, του οποίου μέλος είναι και η Ελλάδα, που προωθεί μια σειρά πολιτικών για την ανάπτυξη της οικονομίας, την αύξηση απασχόλησης και βελτίωσης του επιπέδου διαβίωσης, διατηρώντας τη νομισματική σταθερότητα στοιχείο που συμβαδίζει απόλυτα με την ιδέα μιας παγκόσμιας οικονομίας.

12 *Ευρωπαϊκή Ένωση ή Ε.Ε.* , όλες οι πληροφορίες είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, www.europa.eu

13 Διαθέσιμο στο <http://el.wikipedia.org>

1.2.3 ΡΟΛΟΙ, ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Είναι σαφές ότι η κάθε χώρα ,κράτος-μέλος κάποιου παγκόσμιου ή ευρωπαϊκού οργανισμού, διαθέτει ένα δικό της σύστημα συντονισμού τουριστικής πολιτικής και διαμόρφωσης σχεδίου για αναπτυξιακή τάση της εθνικής του οικονομίας. Οι αρμοδιότητες που διαθέτουν αυτοί οι Εθνικοί Τουριστικοί Οργανισμοί προσδιορίζουν το ρόλο τους στη διαμόρφωση της συγκεκριμένης πολιτικής.¹⁴ Ανάλογα ,λοιπόν, με το είδος, τη φύση και το μέγεθος των αρμοδιοτήτων του κάθε Τουριστικού Οργανισμού εθνικού χαρακτήρα ο οργανισμός αυτός έχει και ορισμένη «βαρύτητα» για την τουριστική πολιτική της κάθε χώρας. Η σημαντικότητα του ρόλου του, δηλαδή, εξαρτάται από το πόσες αρμοδιότητες έχει ,θα λέγαμε με απλά λόγια.

Αναφορικά , οι αρμοδιότητες των Τουριστικών Οργανισμών είναι οι εξής:

- ◆ Η έρευνα, ο σχεδιασμός και η στατιστική επεξεργασία
- ◆ Η καταγραφή των τουριστικών πόρων και η λήψη μέτρων προστασίας
- ◆ Η ανάπτυξη των τουριστικών εξυπηρετήσεων
- ◆ Η ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού
- ◆ Η νομοθετική ρύθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων και ταξιδιών
- ◆ Η διευκόλυνση των μετακινήσεων
- ◆ Η διεθνής συνεργασία
- ◆ Η προώθηση/προβολή του τουριστικού προϊόντος

Όπως σε όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε., έτσι και στην Ελλάδα έχουμε τον δικό μας Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού, τον ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ.).

1.3 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ.)

Ο *Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού* ή αλλιώς *Ε.Ο.Τ.*, ιδρύθηκε το 1929 στην Ελλάδα. Λίγες δεκαετίες αργότερα, επανιδρύθηκε (το 1951) βάσει του Νόμου 1624/1951 ο οποίος επικύρωσε, τροποποίησε και συμπλήρωσε το Νόμο 1565/1950

¹⁴ Βαρβαρέσος, Σ. «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές: Η ελληνική πραγματικότητα», Αθήνα 1998, σελ.146

δίνοντας ταυτόχρονα στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού την υπόσταση **Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου**. Ο Νόμος 2160/1993 ορίζει τις αρμοδιότητες ,τους σκοπούς και τη δομή του Ε.Ο.Τ.¹⁵. **Κύριος σκοπός του είναι η οργάνωση ,ανάπτυξη και η προώθηση του ελληνικού τουρισμού**. Οι αρμοδιότητές του είναι:

- ◆ Είναι κανονιστικές-νομοθετικές
- ◆ Ο τουριστικός σχεδιασμός
- ◆ Ο οργανισμός είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη της τουριστικής ανωδομής και υποδομής
- ◆ Η διαχείριση των τουριστικών εγκαταστάσεων
- ◆ Οι επιχορηγήσεις
- ◆ Η προβολή τουριστικού προϊόντος
- ◆ Η κατάρτιση και εκπαίδευση
- ◆ Η έρευνα και εκπόνηση μελετών
- ◆ Η συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους επαγγελματίες του τουρισμού και ο συντονισμός δράσης τους
- ◆ Ο κοινωνικός τουρισμός (πραγματοποιείται κάθε χρόνο για ασφαλισμένους ταμείων Δημοσίου)
- ◆ και τέλος, οι Διεθνείς Σχέσεις (συνεργασία παγκόσμιους φορείς όπως ο Π.Ο.Τ.)

¹⁵ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), όλες οι πληροφορίες για τον οργανισμό είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα: www.visitgreece.gr/

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Το τουριστικό γραφείο είναι μία νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση η οποία, με τα μέσα που διαθέτει και τις προσφερόμενες υπηρεσίες της, αναλαμβάνει την μεταφορά, τη διακίνηση ή τη διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ταξιδιωτών (group) εντός και εκτός Ελλάδος.¹⁶

Στην ουσία, τα τουριστικά γραφεία είναι τουριστικές μονάδες που έχουν ως κύρια δραστηριότητα να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των ταξιδιωτών όπου και αν ταξιδεύουν εντός και εκτός συνόρων. Εκτός από τις κύριες λειτουργίες του τουριστικού γραφείου που είναι ο κύριος μεσολαβητής ώστε να αγοράσει ο πελάτης το τουριστικό προϊόν (διαμονή σε ξενοδοχείο, μεταφορικό μέσο για τις περιηγήσεις του, αεροπορικό/ακτοπλοϊκό εισιτήριο ή λεωφορείου κτλ), αναλαμβάνει να «φροντίσει» τον πελάτη και να τον καλύψει ασφαλιστικά. Φυσικά όλες οι υπηρεσίες που προτίθεται να προσφέρει ένα τουριστικό γραφείο είναι πάντα ανάλογες του συνολικού ποσού που διαθέτει ο πελάτης.

Η δραστηριότητα των τουριστικών γραφείων βασίζεται κυρίως σε τρεις άξονες, όπως:

- ◆ Τη διοργάνωση εκδρομών και περιηγήσεων
- ◆ Τη διαμεσολάβηση μεταξύ τουριστών και τρίτων για την κάλυψη αναγκών των πρώτων
- ◆ Την παροχή όλων των εξυπηρετήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό

Αξιοσημείωτο είναι ότι στην ελληνική νομοθεσία δεν γίνεται σαφής διάκριση ανάμεσα στα ταξιδιωτικά γραφεία και στους tour operators ,χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν λειτουργούν και οι δυο οργανισμοί στη χώρα μας σε πολύ μεγάλο βαθμό.

¹⁶ Ευθυμιάτου-Πουλάκου, Α., «Επιτομή Τουριστικού δικαίου», Αθήνα-Κομοτηνή 2006, Εκδόσεις Αντ.Ν. Σάκκουλα

2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Τα τουριστικά γραφεία θεωρούνται ένα πάρα πολύ σημαντικό κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας και της ελληνικής οικονομίας, γενικότερα. Είναι σημαντικά διότι κατευθύνουν πλήρως τον πελάτη-επιβάτη για το ταξίδι που έχει επιλέξει ή για το ταξίδι που σκέπτεται να σχεδιάσει μόνος του, με σκοπό πάντα την προσωπική ευχαρίστησή του και την -όσο το δυνατόν καλύτερη- αξιοποίηση του πολύτιμου ελεύθερου χρόνου του.

Είναι αρκετά παλαιά η προέλευσή τους, όχι τόσο όμως όσο η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου με την γενική έννοια. Ο πρώτος τουριστικός πράκτορας, όπως αναφέρεται στην ταξιδιωτική ιστορία, είναι ο Thomas Cook στην Αγγλία. Στις 5 Ιουλίου 1841 οργάνωσε ημερήσια εκδρομή από το Leicester στο Loughborough ,έναντι αμοιβής (1 στερλίνα) για 540 άτομα. Ενώ το 1845 έγινε ο πρώτος επίσημος ταξιδιωτικός πράκτορας στην Ευρώπη, ιδρύοντας το πρώτο ταξιδιωτικό πρακτορείο στο Leicester.¹⁷

Εβδομήντα τέσσερα χρόνια αργότερα, το 1915, ιδρύεται το πρώτο ταξιδιωτικό πρακτορείο στην Αμερική. Υπεύθυνη για την ίδρυσή του είναι η American Express, εταιρεία που μέχρι τότε μετέφερε φορτία , αγαθά και χρήματα. Το 1922 οργάνωσε την πρώτη κρουαζιέρα γύρω από ολόκληρο τον κόσμο. Η ίδια εταιρεία λειτουργεί μέχρι σήμερα ως τουριστικό γραφείο¹⁸ και ασχολείται κυρίως με τη διοργάνωση επαγγελματικών ταξιδιών.

Στη χώρα μας τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία ξεκίνησαν να λειτουργούν την δεκαετία του '50 (Karagiannidis Travel, Travel Line, CHAT, Arvanitis Travel, Athanasoulas Travel, Hermes Travel) ως μεταναστευτικά πρακτορεία για τους οικονομικούς μετανάστες προς Αμερική και Ευρώπη. Ήταν συνολικά είκοσι πράκτορες που κάλυπταν τις επιθυμίες πλουσίων και λόρδων για περιηγητικό τουρισμό, μέχρι που στράφηκαν στον είδος του μαζικού τουρισμού και ασχολήθηκαν με αυτό. Πριν τη δεκαετία του '40 τα γραφεία αυτά λειτουργούσαν ως αντιπρόσωποι ναυτιλιακών εταιρειών τα οποία έκλεισαν λόγω του πολέμου.

Περίπου 20 χρόνια αργότερα, τη δεκαετία του '70, ξεκίνησε η συνεργασία με τις Αραβικές χώρες με την άφιξη των πρώτων σεΐχηδών.¹⁹

17 Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 37

18 Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 37

19 Χυτήρης, Λ., *ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΙΔΡΥΣΗ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ-ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ*, Αθήνα 1995, σελ. 27

Οι προαναφερθέντες πράκτορες συνεργάζονταν με πρακτορεία σε Αμερική και Ευρώπη πουλώντας προγράμματα περιήγησης στην Αθήνα χωρίς να εκδίδουν καν εισιτήρια. Οι πρώτοι οργανωμένοι τουρίστες ήταν φοιτητές του Πανεπιστημίου της Σορβόνης οι οποίοι ταξίδεψαν με τρένο από τη Γαλλία μέχρι το Πρίντεζι της Ιταλίας με τρένο, από όπου επιβιβάστηκαν στο πλοίο «Κολοκοτρώνης» για να φθάσουν στο λιμάνι του Πειραιά.

Οι πρώτες κρουαζιέρες στην Ελλάδα ξεκίνησαν το '55 με το θρυλικό πλοίο «Σεμίραμις» και οργανώθηκαν από τους αδελφούς Ποταμιάνου και τον Καβουνίδη. Πραγματοποιήθηκαν στα νησιά του Αιγαίου, στα παράλια της Μικράς Ασίας και στην Ιταλία. Ο κόσμος συμπάθησε ιδιαίτερα αυτόν τον τρόπο διακοπών ,γεγονός που αποδεικνύεται από τον αριθμό ταξιδιωτών που τα προτιμά από το 1960 (55.000 επιβάτες) ως το 2005 που έχει φθάσει στο δεκαπενταπλάσιο.

Από τα 100 τουριστικά γραφεία που ήταν στην Ελλάδα το 1960, το 2005 υπολογίζεται γύρω στις 4.000. Το 84% είναι γραφεία Γενικού Τουρισμού και το 16% είναι γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού. Το 35% των συνολικών γραφείων δραστηριοποιείται στην Αθήνα , ενώ στο σύνολό τους ,τα τουριστικά γραφεία διακίνησαν το 2005 περίπου 15 εκατομμύρια τουρίστες.²⁰

Thomas Cook

Το όνομά του συνδέεται με το ξεκίνημα των ταξιδιωτικών πρακτορειών, καθώς **ήταν ο πρώτος ταξιδιωτικός πράκτορας**. Ο Thomas Cook(1808-1892) ήταν εκείνος που πρώτος οργάνωσε μία ημερήσια εκδρομή, στις 5 Ιουλίου το 1841, από Leicester, μέχρι το Loughborough, εισπράττοντας μόνο μία λίρα ανά επιβάτη. Ήταν η πρώτη οργανωμένη εκδρομή στην ιστορία του τουρισμού. Αργότερα, το 1845 ακολούθησε η πραγματοποίηση οργανωμένων ταξιδιών επίσης με τρένο, για ταξιδιώτες που ξεκινούσαν από το Leicester ,το Nottingham και το Derby, με προορισμό το Liverpool. Ο Thomas Cook εκμεταλλευόταν κάθε ευκαιρία για να μετακινεί επιβάτες ,ώσπου πέτυχε να μεταφέρει το 1851 προς το Λονδίνο,όπου γινόταν διεθνής εμπορική έκθεση, περίπου 150.000 επιβάτες.

Το 1855, ο μεγάλος πλέον πράκτορας, πραγματοποίησε το πρώτο οργανωμένο ταξίδι εκτός Αγγλίας, στην Ευρώπη, με αρχηγό τον ίδιο και με προορισμούς τις Βρυξέλλες, την Κολωνία, την Φρανκφούρτη, τη Χαϊδελβέργη , το Στρασβούργο και το Παρίσι. Το πρώτο ταξίδι στην Αμερική, το πραγματοποίησε το 1866, με αρχηγό το γιο του.

²⁰ Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 41

Το 1868, απέδειξε πόσο ιδιοφυής ήταν στον τομέα του τουρισμού, εφαρμόζοντας ένα σύστημα ξενοδοχειακών κουπονιών, που εξασφάλιζαν μία σταθερή τιμή σε επιλεγμένα ξενοδοχεία σε ολόκληρη την Αγγλία. Τέσσερα χρόνια αργότερα, η εταιρεία Thomas Cook & Son, πραγματοποίησε τον πρώτο γύρω της γης με διάρκεια 222 μέρες, που κάλυψε περισσότερα από 25.000 μίλια. Ενώ το 1874, κυκλοφόρησε στη Νέα Υόρκη το Cook's Circular Note, ένα πρώιμο Traveller's Cheque.

Λίγα χρόνια μετά το θάνατο του Thomas Cook (1892), αλλά και του γιου του (1899), η εταιρεία ξεκίνησε να λανσάρει αεροπορικά ταξίδια διακοπών (1908). Το 1927 πραγματοποίησε το πρώτο αεροπορικό ταξίδι για γκρουπ με συνοδό από τη Νέα Υόρκη προς το Σικάγο για να παρακολουθήσουν οι επιβάτες ένα τουρνουά μποξ, ενώ το 1939 εισήγαγε την έννοια του charter flight.

Σήμερα η εταιρεία Thomas Cook είναι ο δεύτερος ταξιδιωτικός οργανισμός στην Ευρώπη και τρίτος παγκοσμίως. Στην Μεγάλη Βρετανία αποτελεί καθετοποιημένο οργανισμό που περιλαμβάνει:²¹

- Αεροπορική εταιρεία (Thomas Cook Airlines),
- Tour Operations (Thomas Cook, JMC, Sunset)
- Ενδιάμεσους – πωλητές προϊόντων και υπηρεσιών (Thomas Cook travel stores, Thomas Cook call centres, thomascook.com, Thomas Cook TV)

Ενώ συνολικά η Thomas Cook Ltd περιλαμβάνει τις εταιρείες :

- Thomas Cook Airlines (merges flying Colours and Caledonian Airways)
- Tour Operations (Thomas Cook, JMC, Sunset, Thomas Cook Signature, Latitude, Club 18-30, Flexible trips, Neilson, Style Holidays, Sunworld Ireland)
- Specialist Businesses (385 high-street travel shops & Thomas Cook Direct)
- Thomas Cook stores (651 travel shops)
- Foreign Exchange Bureaux(121 shops)
- Thomas Cook Sales Centres
- Thomas Cook TV (Sky Digital)
- Thomas Cook Publishing

21 Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 41-42
«Διερεύνηση του εκπαιδευτικού και επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων στα
τουριστικά γραφεία»
Αθήνα, 2011

2.3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τα ταξιδιωτικά γραφεία και τον τρόπο λειτουργίας τους, θα πρέπει πρώτα να τα διακρίνουμε ανάλογα με τον τύπο τους. Η διάκριση γίνεται βάσει *τριών κριτηρίων*²²:

- ♦ Το μέγεθος του γραφείου/εργασιών
- ♦ Τον τύπο και το εύρος των υπηρεσιών που προσφέρει
- ♦ Το αν είναι ένα αναγνωρισμένο τουριστικό γραφείο

Βάσει του μεγέθους εργασιών διακρίνονται σε:

- ♦ Πολυεθνικά γραφεία (με υποκαταστήματα διεθνώς)
- ♦ Εθνικά γραφεία (δραστηριότητα μόνο σε εθνικό επίπεδο)
- ♦ Περιφερειακά γραφεία (δραστηριότητα σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή)

Βάσει τον τύπο και το εύρος των υπηρεσιών:

- ♦ Γραφεία Γενικού Τουρισμού (όλες οι τουριστικές υπηρεσίες προσφέρονται)
- ♦ Γραφεία Διακοπών (αφορούν αποκλειστικά την αγορά ολοκληρωμένων τουρ.πακέτων και είναι μικρά σε μέγεθος εργασιών)
- ♦ Γραφεία εμπορικών/επιχειρηματικών ταξιδίων (αφορά απόλυτα εξειδικευμένη αγορά και απευθύνονται σε μεγάλες επιχειρήσεις μόνο)
- ♦ Γραφεία Διοργάνωσης συνεδρίων και ταξιδίων κινήτρων (απευθύνονται σε αναπτυσσόμενη και ανταγωνιστική αγορά, χρειάζονται άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό για να λειτουργήσουν)
- ♦ Γραφεία Ειδικού Τουρισμού (πρόκειται για παροχή υπηρεσιών για ειδικές μορφές τουρισμού όπως τουρισμός 3ης ηλικίας,σαφάρι κτλ.)

²² Χυτήρης, Λ.,«ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΙΔΡΥΣΗ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ-ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ», Αθήνα 1995, σελ. 50-55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.1 ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ (ανάλογα με το οικονομικό τους υπόβαθρο και τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση στον τομέα του τουρισμού)

Όπως γνωρίζουμε όλοι, η χώρα μας βρίσκεται σε περίοδο τεράστιας οικονομικής κρίσης. Το θέμα είναι ότι δεν υφίσταται μόνο η Ελλάδα αυτό το πρόβλημα αλλά και πολλές χώρες του κόσμου, μέσα στις οποίες ζουν εκατομμύρια υποψήφιοι τουρίστες για τη χώρα μας. Λογικά, λοιπόν, όλοι όσοι επιθυμούν να ταξιδέψουν εντός και εκτός της χώρας δυσκολεύονται οικονομικά λόγω αυτής της κατάστασης. Αυτή την κρίση δεν μπόρεσε κανείς να προβλέψει ότι θα είχε τέτοιο μέγεθος και ότι θα επηρέαζε ακόμα και πιο σταθερές οικονομίες παγκοσμίως. Με αυτή τη λογική, θα λέγαμε ότι η συζήτηση και οι προβλέψεις για την οικονομική κρίση έχουν άμεσο αντίκτυπο και στις συζητήσεις που γίνονται για τις τουριστικές αφίξεις διότι ο τουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη της χώρας. Η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης.²³

Με δεδομένο ότι ο τουρισμός επηρεάζεται από το επίπεδο της οικονομικής δραστηριότητας αλλά και από τον αριθμό των προηγούμενων τουριστών που προέρχονται από μία συγκεκριμένη χώρα, τότε είναι σαφές ότι οι χώρες που επωφελούνται από την ανάπτυξη των χωρών αυτών (από τις οποίες προέρχονται οι προηγούμενοι τουρίστες) θα επωφελούνται και τα επόμενα χρόνια εφόσον θα έχουν την οικονομική άνεση να επισκεφθούν ξανά την ίδια χώρα.²⁴

Για την Ελλάδα έχει ιδιαίτερη σημασία ο τομέας της τουριστικής κίνησης, αποτελεί μέρος της οικονομίας της. Επομένως η πορεία των οικονομιών που στηρίζουν την ελληνική αγορά είναι ζωτικής σημασίας.

²³ Πηγή : Α.Τ.Ε.Μ –Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών

²⁴ Πηγή : Α.Τ.Ε.Μ –Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών

Οι τουρίστες που έρχονται στη χώρα μας είναι κυρίως από Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία και Σκανδιναβία. Σε εκείνους οφείλουμε μία προσωρινή οικονομική «ανάσα» που παίρνουμε κάθε χρόνο. Στον πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να παρατηρήσουμε το ρυθμό οικονομικής μεγέθυνσης και τουριστικών αφίξεων σε επιλεγμένες χώρες:

	Αριθμός αφίξεων 2008	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %
EURO 13 OECD* Countries**	6873569	0,5	-4,0	0,9	1,7
Γερμανία	2469151	1,0	-4,9	1,4	1,9
Ην.Βασίλειο	2278014	0,6	-4,7	1,2	2,2
Ιταλία	1099983	-1,0	-4,8	1,1	1,5
Γαλλία	910021	0,3	-2,3	1,4	1,7
Ολλανδία	756940	2,0	-4,3	1,7	2,0
Σερβία- Μαυροβούνιο	686996	0,4	-2,5	2,5	2,8
Βουλγαρία	623476	6,0	-6,5	-2,5	2,0
ΗΠΑ	612825	0,4	-2,5	2,5	2,8
Κύπρος	474941	3,6	-0,5	2,7	5,3
Βέλγιο	420748	0,8	-3,1	0,8	1,7

Πηγή: Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ)

Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα ,σύμφωνα πάντα με τις προβλέψεις στα ποσοστά που μας δίνει το ΔΝΤ, η Κύπρος, η Σερβία-Μαυροβούνιο και οι ΗΠΑ έχουν τον πιο ομαλό ρυθμό αύξησης τουριστικής κίνησης μέχρι το 2011. Ενώ αντίθετα οι χώρες που αναμένεται να μην μείνουν ικανοποιημένες από την τουριστική τους κίνηση είναι η Ιταλία και η Γερμανία. Όλα τα δεδομένα που έχουμε από το ΔΝΤ είναι βασισμένα στο ρυθμό οικονομικής ανάκαμψης σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

* Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

** Η λίστα με τα κράτη-μέλη του OECD βρίσκεται στην ιστοσελίδα του οργανισμού, www.oecd.org/countrieslist

Ακόμα πιο σαφής είναι η εικόνα που έχουμε από τα στοιχεία του πίνακα που παρουσίασε μετά από έρευνα ο καθηγητής κ.Παυλόπουλος²⁵:

Πίνακας 1
Πρόβλεψη Τουριστικών Αφίξεων στην Ελλάδα
από Ευρωπαϊκές Προβλέψεις 2005-2017

Προελεύσεις	2005	2017	%
1.Δυτική Ευρώπη	10.620	16.000	3,5
2.Κεντρ. & Ανατολ.Ευρώπη	1.260	3.200	7,5
3.Χώρες πρώην Σοβιετ.Ένωσης	224	2.060	20,0
Μερικό σύνολο	12.204	21.060	4,8
Υπερπόντιοι (μη Ευρωπαϊκοί)	1.083	5.440	14,4
ΣΥΝΟΛΟ	13.287	26.700	6

Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος(ΕΣΥΕ), επεξεργασία στοιχείων ΙΤΕΠ.

Παρατηρούμε ότι η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής αναμένεται να αυξήσει την τουριστική της κίνηση σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό έως το 2017, ενώ οι χώρες που θα τη στηρίξουν ιδιαίτερα είναι από τη Δυτική Ευρώπη.

Όσον αφορά στα ελληνικά δεδομένα, για το ποιες χώρες θα προτιμήσουν οι Έλληνες να κάνουν διακοπές, έγκυρα δημοσιεύματα δείχνουν ότι οι Έλληνες μένουν στην Ελλάδα. Μετά από έρευνα που πραγματοποίησε η Eurostat ²⁶(αξιόλογη και έγκυρη εταιρεία συλλογής στατιστικών δεδομένων) , η εικόνα που έχουμε από τα ποσοστά είναι άκρως ενδιαφέρουσα καθώς είναι μεγάλο το δείγμα εκείνων που θα προτιμήσουν να παραμείνουν στη χώρα μας για διακοπές. Στην επόμενη ενότητα θα παρατηρήσουμε τα ποσοστά, αναλυτικά, που αφορούν τις χώρες υποδοχής και τις χώρες προέλευσης τουριστών.

²⁵ Μελέτη καθηγητή κ. Παναγιώτη Παυλόπουλου, ΙΤΕΠ (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων)

²⁶ Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

3.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Στην Ελλάδα δηλώνει ότι θα κάνει διακοπές το 68% των Ελλήνων το 2011, έναντι 38% των Ευρωπαίων που δηλώνουν ότι στις διακοπές τους θα παραμείνουν στις χώρες τους, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή δημοσκόπηση Ευρωβαρόμετρο που καταγράφει τις τουριστικές τάσεις των Ευρωπαίων. Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, το 2010, το 29% των Ελλήνων δεν πήγε διακοπές, εκ των οποίων το 58% δηλώνει ότι ο λόγος ήταν η οικονομική στενότητα. Στην «ΕΕ των 27» δεν πήγε διακοπές το 20,7% των Ευρωπαίων πολιτών, εκ των οποίων το 41% επικαλείται οικονομικούς λόγους. Σε ό,τι αφορά τις διακοπές για φέτος, το 68% των Ελλήνων δηλώνει ότι θα παραμείνει στην Ελλάδα και το 7% δηλώνει ότι θα επισκεφθεί χώρες της ΕΕ (έναντι 20% των Ευρωπαίων).

Σε ό,τι αφορά την επιλογή του τουριστικού προορισμού, το 31% των Ελλήνων και το 29% των Ευρωπαίων δηλώνουν ότι λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους τις συστάσεις από φίλους, ενώ το 26% Ελλήνων και Ευρωπαίων δηλώνει ότι για την επιλογή του τουριστικού προορισμού συμβουλευεται το Internet. Εξάλλου, το 65% των Ελλήνων, έναντι 58% των Ευρωπαίων, δηλώνει ότι προτιμά τους παραδοσιακούς και «γνωστούς» προορισμούς, ενώ μόλις το 25% των Ελλήνων, έναντι 28% των Ευρωπαίων, δηλώνει ότι προτιμά τους μη παραδοσιακούς και ανερχόμενους προορισμούς.

Επιπλέον, σημαντικότερο πόλο έλξης σε έναν τουριστικό προορισμό αποτελούν για τους Έλληνες η πολιτιστική κληρονομιά (32%), η φύση (32%) και η διασκέδαση (17%). Τα αντίστοιχα ποσοστά για τους Ευρωπαίους είναι 27%, 32% και 14%.

Σε ό,τι αφορά το μεταφορικό μέσο, το 48,5% των Ελλήνων, έναντι 44% των Ευρωπαίων, χρησιμοποιεί Ι.Χ. για να φτάσει στον τουριστικό προορισμό του. Αεροπλάνο χρησιμοποιεί το 21% των Ελλήνων (39% στην ΕΕ), πλοίο χρησιμοποιεί το 20% (3% στην ΕΕ) και λεωφορείο το 8,2% των Ελλήνων (6% στην ΕΕ). Εξάλλου, το 74% των Ελλήνων δηλώνει ότι οργανώνουν οι ίδιοι τις διακοπές τους (έναντι 57% στην ΕΕ), το 14% απευθύνεται σε ταξιδιωτικά γραφεία (έναντι 23% στην ΕΕ) και μόλις το 3,5% των Ελλήνων κάνει κρατήσεις μέσω Internet (έναντι 12,6% στην ΕΕ).

Οι πλέον δημοφιλείς επιλογές για τους Ευρωπαίους το 2011 είναι η Ιταλία (11,5%), η Ισπανία (8,6%) και η Γαλλία (8,2), ενώ το 23% των Ευρωπαίων δεν έχει ακόμη αποφασίσει πού θα περάσει τις διακοπές του. Σχεδόν τα τρία τέταρτα των πολιτών της ΕΕ (73% έναντι 69% το προηγούμενο έτος) ταξίδεψαν για αναψυχή ή για επαγγελματικούς λόγους το 2010. Οι πιο πολυταξιδεμένοι είναι οι κάτοικοι της Φινλανδίας (89%), της Δανίας (87%), των Κάτω Χωρών (87%), της Σουηδίας (87%), του Λουξεμβούργου (85%) και της Νορβηγίας (84%).

Σύμφωνα με ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η έρευνα για τις τουριστικές τάσεις των Ευρωπαίων επιβεβαιώνει ότι ο τουριστικός κλάδος έχει ανακάμψει από την οικονομική κρίση. «Το γεγονός ότι 58% των κατοίκων της ΕΕ επιλέγει να απολαύσει τις διακοπές του στην Ευρώπη επισημαίνει ότι, γενικά, ο τουριστικός κλάδος ανακάμπτει και καθίσταται και πάλι κλάδος ανάπτυξης», δήλωσε ο Επίτροπος, αρμόδιος για θέματα βιομηχανίας και επιχειρηματικότητας, Αντόνιο Ταγιάνι.

Τέλος, σύμφωνα με τη Eurostat, οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών το 2010 είχαν τη μεγαλύτερη συμβολή στη συνολική αύξηση: στα ξενοδοχεία και σε άλλα τουριστικά καταλύματα σημειώθηκε σημαντική αύξηση 5,1%, σε σύγκριση με τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών που αυξήθηκαν κατά 1,1%. Η αύξηση που σημειώθηκε το 2010 κάλυψε περίπου τα δύο τρίτα της μείωσης το 2008 και το 2009 για το σύνολο των διανυκτερεύσεων και τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών.***

*** Όλα τα στοιχεία της έρευνας είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα της Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ, ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΩΝ

4.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Στην Ελλάδα, η εκπαίδευση των περισσότερων υπαλλήλων τουριστικών πρακτορείων γίνεται κυρίως εμπειρικά, από ανώτερα στελέχη των γραφείων όπου εργάζονται ή από τους ίδιους τους ιδιοκτήτες αυτών των επιχειρήσεων. Δυστυχώς είναι μία κατάσταση που έχει φθάσει στο σημείο να αποτελεί νοοτροπία – και μάλιστα ελληνική μόνο- καθώς οι περισσότεροι υπάλληλοι και εργοδότες/τουριστικοί πράκτορες λειτουργούν με αυτόν ακριβώς τον τρόπο εδώ και αρκετά χρόνια. Οι λόγοι που οφείλεται αυτό το γεγονός είναι το **κέρδος πολύτιμου χρόνου** και η **εξοικονόμηση χρημάτων**, δύο πολύ βασικά **επιχειρηματικά αγαθά** τα οποία θα έπρεπε να θυσιάσουν οι ιδιοκτήτες τουρ.γραφείων σε υποψήφιους υπαλλήλους που χρειάζονται είτε ένα απλό «φρεσκάρισμα γνώσεων» είτε έρχονται για πρώτη φορά αντιμέτωποι με το αντικείμενο αυτό. Όμως τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά, διότι όσοι θα ήθελαν να ασχοληθούν με το συγκεκριμένο επάγγελμα να αποκτήσουν την κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση.

Για τα ελληνικά δεδομένα, η υψηλότερου βαθμού εκπαίδευση τουριστικών πρακτόρων παρέχεται από τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.): οι σπουδές δεν εξειδικεύονται, βέβαια, στο αντικείμενο των τουριστικών πρακτόρων, όπως οι αεροπορικοί ναύλοι και η έκδοση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, ο προγραμματισμός ταξιδιού, η σύνθεση τουριστικών πακέτων και τα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων.

Το κύριο βάρος στην εκπαίδευση Τουριστικών Γραφείων είχαν για πολλά χρόνια οι Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης (Σ.Τ.Ε.), ο σημερινός Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.). Σήμερα η εκπαίδευση και κατάρτιση των υπαλλήλων τουριστικών γραφείων πραγματοποιείται τόσο από τη δημόσια όσο και από την ιδιωτική μεταδευτεροβάθμια κατάρτιση και συγκεκριμένα από το τμήμα Υπαλλήλων Τουριστικού Γραφείου των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Η φοίτηση είναι διετής και ακολουθείται από πρακτική εξάσκηση, που στοχεύει στο συνδυασμό της θεωρητικής γνώσης με την πρακτική εμπειρία, αποτελεί δε για τους εκπαιδευόμενους πολύτιμη εμπειρία και απαραίτητη προϋπηρεσία για το ξεκίνημα της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας . Τουριστική κατάρτιση προσφέρεται επίσης από το Σύνδεσμο των Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ) και από Εργαστήρια Ελευθέρων Σπουδών.²⁷

Η εξειδικευμένη εκπαίδευση των υπαλλήλων τουριστικών γραφείων

Ο υπολογισμός των ναύλων και η έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων είναι ένας εξειδικευμένος τομέας στην εκπαίδευση των υπαλλήλων των τουριστικών γραφείων. Τα IATA-UFTAA Certificates θεωρούνται σήμερα απολύτως απαραίτητα για ένα στέλεχος τουριστικού γραφείου. Οι γνώσεις αυτές μπορούν να πιστοποιηθούν είτε με εξετάσεις απευθείας στην IATA, είτε σε εξουσιοδοτημένα από την IATA κέντρα αεροπορικών και τουριστικών σπουδών.

Τέλος, εξειδικευμένη εκπαίδευση που αφορά τη σωστή χρήση των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων (CRS-GDS), καθώς και την πλήρη γνώση των προϊόντων και των δυνατοτήτων που το κάθε ένα από αυτά προσφέρει, παρέχεται μόνο στα εκπαιδευτικά κέντρα των συγκεκριμένων εταιρειών.²⁸

27 Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 112

28 Παπαγεωργίου, Α., *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα 2007, σελ. 113

διασφαλίζεται με τη μέγιστη δυνατή επικοινωνία και συνεργασία ανάμεσα σε πελάτη και τουριστικό γραφείο.

Επίσης, θα πρέπει να καταβάλλεται προσπάθεια της εμπέδωσης από τους τουριστικούς πράκτορες στον πελάτη των εννοιών της εξοικονόμησης πόρων ενέργειας και υδάτων. Είναι εξίσου σημαντική και η διάδοση της προστασίας του περιβάλλοντος, που σχετίζεται άμεσα με το τουριστικό προϊόν.

Περιγραφή Βασικών Επαγγελματικών Γνώσεων και Δεξιοτήτων.

Η Επαγγελματική Κατάρτιση ενός Υπαλλήλου Τουριστικού Γραφείου είναι ιδιαίτερα σημαντική. Υπάρχουν δε γνώσεις επάνω σε θέματα που θεμελιώνουν βασικές, αλλά εξειδικευμένες επαγγελματικές γνώσεις και δεξιότητες, οι οποίες όμως δεν αλλάζουν με την εξέλιξη του επαγγέλματος. Τέτοιες γνώσεις που κρίνονται ως απαραίτητες για την ειδικότητα είναι:

- Αγγλικά, Αγγλική Τουριστική Ορολογία. Είναι απαραίτητη η γνώση των Αγγλικών σε (τουλάχιστον) επίπεδο Lower, ώστε να καθίσταται δυνατή η επικοινωνία με πελάτες και πράκτορες άλλων εθνικοτήτων και χωρών. Εξίσου απαραίτητη είναι και η εξοικείωση και γνώση της αντίστοιχης Αγγλικής Τουριστικής Ορολογίας.
- Γερμανικά. Είναι απαραίτητη η βασική γνώση των Γερμανικών.
- Γαλλικά. Είναι απαραίτητη η βασική γνώση των Γαλλικών.
- Πληροφορική. Είναι απαραίτητες οι βασικές γνώσεις πληροφορικής σε θέματα επεξεργασίας κειμένου, επεξεργασίας λογιστικών φύλλων, επεξεργασίας παρουσιάσεων, και χρήσης διαδικτύου.
- Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικού Γραφείου.
- Βασικές Αρχές Τουρισμού και Τουριστικής Πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Παγκόσμια Τουριστική Γεωγραφία και Ταξιδιωτικοί Οδηγοί.
- Διεθνείς Σχέσεις Μεταφορών.
- Ιστορία του Ελληνικού Πολιτισμού.
- Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου.
- Τουριστικό Marketing - Δεξιότητες Πωλήσεων.
- Λογιστική. Η εξοικείωση με τις βασικές αρχές της Λογιστικής και του Λογιστικού Σχεδίου.

- Υπόμνημα – Ενημερωτικό Σημείωμα. Η δυνατότητα εκπόνησης τέτοιων κειμένων που διευκολύνει τις αποφάσεις, αλλά και τη σχέση ανάμεσα σε εργαζόμενους και διεύθυνση.

Περιγραφή Ειδικών Επαγγελματικών Προσόντων.³⁰

Η Επαγγελματική Κατάρτιση ενός Υπαλλήλου Τουριστικού Γραφείου είναι ιδιαίτερα σημαντική. Υπάρχουν δε γνώσεις επάνω σε θέματα που θεμελιώνουν εξειδικευμένες επαγγελματικές γνώσεις και δεξιότητες, οι οποίες όμως αλλάζουν με την εξέλιξη του επαγγέλματος. Τέτοιες γνώσεις για τη συγκεκριμένη ειδικότητα είναι:

- Πληροφορική. Είναι απαραίτητη η παρακολούθηση των εξελίξεων της πληροφορικής σε θέματα επεξεργασίας κειμένου, επεξεργασίας λογιστικών φύλλων, επεξεργασίας παρουσιάσεων, και χρήσης διαδικτύου.
- Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικού Γραφείου. Είναι απαραίτητη η παρακολούθηση των εξελίξεων στα θέματα οργάνωσης και λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου.
- Τουριστική Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι απαραίτητη η παρακολούθηση των εξελίξεων στα θέματα τουριστικής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Διεθνείς Σχέσεις Μεταφορών. Είναι απαραίτητη η παρακολούθηση των εξελίξεων στα θέματα των διεθνών σχέσεων μεταφορών.
- Αεροπορικοί Ναύλοι - Έκδοση Εισιτηρίων - Συστήματα Κρατήσεων.
- Εξυπηρέτηση Πελατών. Είναι απαραίτητη η καλή γνώση των διαφορετικών τομέων τουριστικών υπηρεσιών, όπως και η εξοικείωση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Περιβαλλοντική Πολιτική και Προστασία στον Τουριστικό Τομέα.
- Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας.
- Επιχειρηματικότητα - Τεχνική Επικοινωνίας.
- Συστήματα Λειτουργίας Γραφείου (Front/Back Office). Η εξοικείωση με τις εξελίξεις στην οργάνωση και λειτουργία ενός σύγχρονα οργανωμένου τουριστικού γραφείου.

³⁰ Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

- Αερομεταφορές. Καλές γνώσεις για τις εξελίξεις στις αεροπορικές εταιρείες, τη λειτουργία των αεροδρομίων και τις εκεί παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού. Καλή γνώση στη διαμόρφωση και εφαρμογή του οργανωμένου ταξιδιού (Πακέτο), του επαγγελματικού τουρισμού, και της διεκπεραίωσης των ταξιδιωτικών τυπικοτήτων.

4.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Τομέας Δραστηριοτήτων.³¹

Ένας Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου καλείται να είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τις πολυποίκιλες ανάγκες των πελατών του, όπως και να μπορεί να παρέχει τις απαραίτητες για τον πελάτη πληροφορίες. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- Πληροφορεί για Δρομολόγια και Ναύλους μεταφορικών μέσων.
- Πληροφορεί για τιμές και άλλα χρήσιμα στοιχεία για διαμονή σε ξενοδοχείο, κρουαζιέρες και κάθε άλλες τουριστικές υπηρεσίες (π.χ. έκδοση τουριστικής VISA κ.ά.).
- Διοργανώνει εκδρομές στο εσωτερικό ή εξωτερικό της χώρας με όλα τα διαθέσιμα μέσα.
- Διοργανώνει και υποστηρίζει συνέδρια – σεμινάρια - εκθέσεις στο εσωτερικό ή εξωτερικό.
- Ενοικιάζει για λογαριασμό των πελατών του μικρά ή μεγάλα σκάφη για θαλάσσιο και αεροπορικό τουρισμό.
- Αντιπροσωπεύει και προμηθεύει τουριστικές υπηρεσίες σε άλλους τουριστικούς πράκτορες και εν γένει τουριστικούς επαγγελματίες.

³¹ Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

4.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ

Ένας Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου³² θα πρέπει να είναι σε θέση να προετοιμάζεται και να ενημερώνεται με τις απαραίτητες νεότερες πληροφορίες για τη δραστηριότητα που έχει αναλάβει σε ένα Τουριστικό Γραφείο.

Πιο συγκεκριμένα, οι κύριες Επαγγελματικές Δραστηριότητες (main tasks) τις οποίες θα πρέπει να είναι σε θέση ένας Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου να εκτελέσει και ειδικότερα τα στοιχεία που επιμερίζονται στην κάθε μια από αυτές είναι:

1. Υπηρεσίες που μπορούν να καταναλωθούν από Μεμονωμένους μόνο Ταξιδιώτες (Individuals) ή Οργανωμένες Ομάδες Ταξιδιωτών (Groups).

- Αεροπορικό Εισιτήριο (Ναύλοι-Ticketing).
- Εισιτήρια Πλοίων, Τραίνων, Λεωφορείων και άλλων μέσων μαζικής μεταφοράς.
- Ξενοδοχεία (Υπηρεσίες Διαμονής & Εστίασης).
- Θαλάσσιος Τουρισμός (Κρουαζιέρες-Yachting).
- Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων.
- Τουριστικά Λεωφορεία.
- Νέες μορφές Τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (αθλητικός, πολιτιστικός, περιπέτειας κ.ά.).
- Ξεναγοί – Animation - Tour Leaders.

2. Δημιουργία Πακέτων Διακοπών (Package Tours//Holidays).

Η δημιουργία Πακέτων Διακοπών (Package Tours//Holidays) αφορά είτε στον Εσωτερικό / Incoming, είτε στον Εξερχόμενο / Outgoing Τουρισμό. Το κυρίως αντικείμενο του πακέτου μπορεί να είναι μια συγκεκριμένη μορφή τουρισμού (π.χ. Επαγγελματικός, Αθλητικός, Περιηγητικός κ.ά.) ή συνδυασμός. Για τη δημιουργία των Πακέτων Διακοπών, ο καταρτιζόμενος θα πρέπει να μπορεί να εκτελεί τις ακόλουθες ενέργειες:

- Επιλέγει τον Προορισμό.
- Ελέγχει και τηρεί τους κανονισμούς που διέπουν το ταξίδι (π.χ. έκδοση

32 Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

- Διαβατηρίου, τουριστικής VISA, εμβόλια, συνάλλαγμα κ.ά.).
- Επιλέγει τα Μέσα Μεταφοράς καθώς και τα κατάλληλα Δρομολόγια.
- Επιλέγει τις Τουριστικές Υπηρεσίες & Δραστηριότητες στον Τόπο του Προορισμού που καλύπτουν τις απαιτήσεις του / των πελατών του Γραφείου.
- Επιλέγει και συνεργάζεται με τον Ταξιδιωτικό Πράκτορα - Συνεργάτη του στον τόπο Προορισμού.
- Μορφοποιεί το Συνολικό Πακέτο σαν Προϊόν προς πώληση και παράλληλα, εξασφαλίζει τις διαθέσιμες τουριστικές υπηρεσίες στον τόπο του προορισμού και εισπράττει χρηματική προκαταβολή από τον πελάτη.
- Οριστικοποιεί τις κρατήσεις.
- Εισπράττει την εξόφληση για το πακέτο.
- Εκδίδει τα Εισιτήρια και τα Voucher για λογαριασμό του πελάτη.

3. Υπηρεσίες και πληροφορίες που αφορούν ταξίδια στο Εσωτερικό (Εσωτερικός & Εισερχόμενος / Incoming Τουρισμός)³³.

Είναι όλες οι ενέργειες που συντείνουν στη διαχείριση από τον πράκτορα ενός αριθμού εισερχομένων τουριστών είτε σαν groups είτε σαν Individuals, από τη στιγμή της άφιξής τους στη χώρα προορισμού τους έως την αναχώρησή τους. Για να μπορεί να διαχειρίζεται Εισερχόμενο Τουρισμό, ο καταρτιζόμενος θα πρέπει να μπορεί να εκτελεί τα παρακάτω:

- Να δημιουργεί φάκελο εισερχομένων FIT & GIT's Τουριστών σύμφωνα με την αλληλογραφία του γραφείου.
- Να κοστολογεί τις υπηρεσίες που του ζητούνται στο πλαίσιο του φακέλου.
- Να εξασφαλίζει τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών που συμπεριλαμβάνονται στην παρεχόμενη υπηρεσία.
- Να προμηθεύεται και να εκδίδει τα αντίστοιχα παραστατικά.
- Να εκτελεί το πρόγραμμα του φακέλου.
- Να φροντίζει την παραλαβή των τουριστών από τα σημεία αφίξεως στη χώρα προορισμού.
- Να επιβλέπει την απρόσκοπτη παροχή των προβλεπόμενων από το φάκελο υπηρεσιών.

³³ Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

- Να μεριμνά για την έγκαιρη παράδοση των τουριστών στα σημεία αναχώρησης από τη χώρα.
- Να εκτελεί την εκκαθάριση, το κλείσιμο και την αρχειοθέτηση του φακέλου.

4. Υπηρεσίες και πληροφορίες που αφορούν Ταξίδια στο Εξωτερικό (Outgoing Τουρισμός).³⁴

Είναι όλες οι ενέργειες που συντείνουν στη διαχείριση από τον πράκτορα ενός αριθμού εξερχόμενων τουριστών είτε σαν groups είτε σαν Individuals, από τη στιγμή της αναχώρησής τους για τη χώρα προορισμού τους έως την επιστροφή τους στη χώρα τους. Για να μπορεί να διαχειρίζεται Εξερχόμενο Τουρισμό, ο καταρτιζόμενος θα πρέπει να μπορεί να εκτελεί τα παρακάτω:

- Να δημιουργεί φάκελο εξερχόμενων Τουριστών σύμφωνα με την αλληλογραφία του γραφείου.
- Να κοστολογεί τις υπηρεσίες που του ζητούνται στο πλαίσιο του φακέλου σε συνεργασία με τον ανταποκριτή στην άλλη χώρα.
- Να εξασφαλίζει τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών που συμπεριλαμβάνονται στην προτεινόμενη υπηρεσία.
- Να μεριμνά ώστε να εκτελείται το πρόγραμμα του φακέλου από τον ανταποκριτή.
- Να εκτελεί την εκκαθάριση, το κλείσιμο και την αρχειοθέτηση του φακέλου.

5. Υπηρεσίες και πληροφορίες για Ταξίδια Αναψυχής (Leisure Travel).

Είναι η εξυπηρέτηση της ταξιδιωτικής ανάγκης του Τουρίστα που επιζητά υπηρεσίες και τουριστικά προϊόντα υψηλών προδιαγραφών είτε στην χώρα του, είτε εκτός, έχοντας σαν γνώμονα την υψηλή ανάγκη επαγγελματισμού και αξιοπιστίας από τον πράκτορα. Για να είναι σε θέση να εξυπηρετεί τις ταξιδιωτικές ανάγκες των επαγγελματιών ή των στελεχών μιας επιχείρησης, ο καταρτιζόμενος θα πρέπει να μπορεί:

- Να δημιουργεί Φάκελο για INDI / GROUP πελάτες είτε αυτοί:
 - κάνουν εσωτερικό ή εξερχόμενο τουρισμό.
 - έρχονται στη χώρα (Incoming),

Στην περίπτωση ι. πρέπει να ακολουθηθούν τα βήματα που περιγράφονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 2, περί δημιουργίας πακέτων διακοπών.

Στην περίπτωση ιι. πρέπει να ακολουθηθούν τα βήματα που περιγράφονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 3, περί εισερχόμενου τουρισμού.

6. Υπηρεσίες και πληροφορίες για Επαγγελματικά Ταξίδια (Business Travel).

Είναι η εξυπηρέτηση της ταξιδιωτικής ανάγκης του επαγγελματία ή του στελέχους μιας επιχείρησης είτε στην χώρα του, είτε εκτός, έχοντας σαν γνώμονα την υψηλή ανάγκη επαγγελματισμού και αξιοπιστίας από τον πράκτορα. Για να είναι σε θέση να εξυπηρετεί τις ταξιδιωτικές ανάγκες των επαγγελματιών ή των στελεχών μιας επιχείρησης, ο καταρτιζόμενος θα πρέπει να μπορεί:

- Να δημιουργεί Φάκελο για INDI / GROUP πελάτες είτε αυτοί:

- i. κάνουν εσωτερικό ή εξερχόμενο τουρισμό.
- ii. έρχονται στη χώρα (Incoming),

Στην περίπτωση i πρέπει να ακολουθηθούν τα βήματα που περιγράφονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 2, περί δημιουργίας πακέτων διακοπών.

Στην περίπτωση ii πρέπει να ακολουθηθούν τα βήματα που περιγράφονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 3, περί εισερχόμενου τουρισμού.

7. Υπηρεσίες και πληροφορίες για τη Διοργάνωση Συνεδρίων (Conference).³⁵

Αφορά στην κάλυψη των συνεδριακών ή άλλων αναγκών (Conference, Congress, Seminar, Training Programmes, Exhibitions, Product Presentations or Collections) είτε της εγχώριας είτε της εξωτερικής δημόσιας και ιδιωτικής (εταιρικής) αγοράς με συμμετοχή και ξένων ή όχι αποστολών, έχοντας σαν κύριο θέμα τους το εμπορικό ή επιστημονικό ενδιαφέρον. Οι εκδηλώσεις αυτές μπορούν να διοργανώνονται και στο εξωτερικό με ευθύνη του ίδιου του πράκτορα.

Σαν υποκατηγορίες κυρίως επειδή έχουν συγγενές αντικείμενο και παρόμοια πολυπλοκότητα οργάνωσης εξετάζονται και οι οργανώσεις Συμποσίων, Σεμιναρίων, Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων, Εκθέσεων, και Παρουσιάσεων (συνήθως νέων προϊόντων).

Για να μπορεί ο καταρτιζόμενος να εξυπηρετεί τις ανάγκες οργάνωσης Συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων θα πρέπει να μπορεί:

- Να ακολουθεί τις ίδιες διαδικασίες που προβλέπονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 2, περί δημιουργίας πακέτων διακοπών.
- Να εξασφαλίζει την κάλυψη των ειδικών τουριστικών απαιτήσεων, όπως Ειδικευμένο Προσωπικό, Συνεδριακοί Χώροι, Προωθητικό Υλικό, Διαφημιστική Καμπάνια κ.ά.

8. Υπηρεσίες και πληροφορίες για Ταξίδια Κινήτρων (Incentive Travel).³⁶

Προσφέρονται ως κίνητρο και ως ανταμοιβή για την επίτευξη στόχων ή την παρακίνηση για την επίτευξη νέων στόχων, είτε για την σφυρηλάτηση ισχυρότερων δεσμών μέσα σε εταιρικές ομάδες, είτε ακόμα και σαν «έμμεση προώθηση» της εταιρικής πώλησης.

Για να μπορεί ο καταρτιζόμενος να δημιουργεί και προσφέρει ταξίδια κινήτρων, θα πρέπει να είναι σε θέση να κάνει τα παρακάτω:

- Να ακολουθεί τις διαδικασίες που προβλέπονται στην επαγγελματική δραστηριότητα – καθήκον Νο. 2, περί δημιουργίας πακέτων διακοπών.
- Να εξασφαλίζει τις επιπλέον ειδικές υπηρεσίες που προσδιορίζουν τη συγκεκριμένη εταιρική ταυτότητα του πελάτη.

- Να παρέχει το πακέτο με τη μορφή του Incentive Travel / Tourism.
- Να είναι σε θέση να παρέχει κάθε άλλη ειδική τουριστική υπηρεσία που είναι απαραίτητη για την πλήρωση των ειδικών απαιτήσεων του πελάτη.

9. Αντιπροσώπηση και Προώθηση Τουριστικών Υπηρεσιών.³⁷

Η Πρακτόρευση Τουριστικών Υπηρεσιών & Προϊόντων κατ' αποκλειστικότητα είναι από τους σημαντικότερους τομείς δράσης ενός Τουριστικού Γραφείου. Κατ'επέκταση είναι ιδιαίτερα σημαντική και η ευθύνη της προώθησης, διαφήμισης (marketing) και των πωλήσεων στην αγορά που κινείται ο πράκτορας. Για να μπορεί να καλύπτει με επιτυχία τα καθήκοντα αυτής της δραστηριότητας, θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να είναι σε θέση να πληροί συγκεκριμένες προδιαγραφές ώστε να:

- Αντιπροσωπεύει Τουριστικές Υπηρεσίες και Προϊόντα.
- Αντιπροσωπεύει Τουριστικά Γραφεία και Tour Operators του εξωτερικού.
- Αντιπροσωπεύει Φορείς Μέσων Μεταφοράς εσωτερικού και εξωτερικού, όπως (αεροπορικές εταιρείες, ακτοπλοϊκές και ναυτιλιακές εταιρείες, και εταιρείες χερσαίων μεταφορών).
- Αντιπροσωπεύει ξενοδοχειακές μονάδες και άλλα τουριστικά θέρετρα (Resorts) του εσωτερικού και του εξωτερικού.
- Αντιπροσωπεύει άλλες τουριστικές υπηρεσίες που παρέχονται σε διεθνή κλίμακα, όπως ενοικιάσεις αυτοκινήτων, παροχή εξειδικευμένων προϊόντων (specialized tours) κ.ά.

35 Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

36 Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

37 Πηγή : Ο.Ε.Ε.Κ. (Οργανισμός Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης / Ειδικότητα Τουριστικού Πράκτορα)

Κεφάλαιο 5ο : Το εκπαιδευτικό και επαγγελματικό προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία (ανάλυση έρευνας)

5.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι να διερευνήσουμε το εκπαιδευτικό και επαγγελματικό προφίλ των εργαζομένων τουριστικών γραφείων, το επίπεδο και εύρος των γνώσεών τους, τη συσχέτιση χρόνου εργασίας και γνώσεων-εμπειριών, το πόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η εποχικότητα της εργασίας των εργαζομένων αυτών στον τρόπο με τον οποίο διαβιώνουν, να αποδειχθεί μέσα από ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα το πόσο καλά γνωρίζουν το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα, σε τι είδους επιχειρήσεις εργάζονται και κατά πόσο ευχαριστημένοι είναι από το περιβάλλον εργασίας τους. Όλα τα παραπάνω μελετήθηκαν σε σχέση με το φύλο, το επίπεδο εκπαίδευσης και την οικογενειακή τους κατάσταση.

5.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αξίζει να σημειωθεί το είδος της έρευνας, η οποία ονομάζεται «πρωτογενής» ή και «κλασική ερευνητική μέθοδος»³⁸. Τα στοιχεία τα οποία παρουσιάζονται στα αποτελέσματα της έρευνας συνελέχθησαν από την ίδια την τουριστική αγορά και είναι πρωτότυπα, όπως ακριβώς απαντήθηκαν από τους ίδιους τους εργαζόμενους των τουριστικών γραφείων (χωρίς καμία επεξεργασία, στρογγυλοποίηση ή παραποίηση).

Ο τρόπος διεξαγωγής της πρωτογενούς αυτής έρευνας είναι η χρήση ερωτηματολογίων. Τα είδη ερωτηματολογίων που χρησιμοποιήθηκαν για την παρούσα έρευνα είναι *ερωτηματολόγια απόψεων* (συλλογή ποιοτικών στοιχείων) και *ερωτηματολόγια γεγονότων* (συλλογή ποσοτικών στοιχείων)³⁹.

38 Χρήστου, Σ., Ευάγγελος, «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς» (Αθήνα 1999, σελ. 63, Interbooks)

39 Χρήστου, Σ., Ευάγγελος, «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς» (Αθήνα 1999, σελ. 64, Interbooks)

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε τουριστικά γραφεία στην περιοχή της Αθήνας και τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από άτομα που εργάζονται στις συγκεκριμένη περιοχή και δεν μετακινούνται σε παραρτήματα των επιχειρήσεων αυτών σε Ελλάδα ή εξωτερικό. Συνολικά διανεμήθηκαν 100 ερωτηματολόγια σε δείγμα ατόμων που δήλωσε φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση και επίπεδο γνώσεων υποχρεωτικά. Το ερωτηματολόγιο μετά από διορθώσεις ώστε να διαμορφωθούν οι ερωτήσεις όπως θα εξυπηρετούσαν την έρευνα, πήρε την τελική του μορφή το Δεκέμβριο και διανεμήθηκε τον Ιανουάριο. Τον ίδιο μήνα ολοκληρώθηκε και η έρευνα με άμεση έκδοση αποτελεσμάτων.

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε δύο θεματικές ενότητες (οι πρώτες οκτώ ερωτήσεις αφορούν στο εκπαιδευτικό προφίλ των εργαζομένων και οι υπόλοιπες έξι είναι σχετικές με το επαγγελματικό προφίλ των εργαζομένων αυτών), χωρίς αυτό να επισημαίνεται ξεκάθαρα στο ερωτηματολόγιο, αλλά διαφαίνεται μέσω των ερωτήσεων. Επίσης περιέχει ερωτήσεις κλειστού τύπου (η απάντηση μπορεί να είναι «ΝΑΙ» ή «ΟΧΙ») και ανοικτού τύπου (περιέχοντας ως απάντηση και το «ΑΛΛΟ»). Δεν περιέχει δυνατότητα κωδικοποιημένων απαντήσεων όπως π.χ. ο αριθμός 1 να σημαίνει «καλά», ο αριθμός 2 να σημαίνει «πολύ καλά» κ.τ.λ., αλλά υπάρχει η δυνατότητα ο ερωτώμενος να επιλέξει κατευθείαν το σχόλιο που ταιριάζει με την γνώμη του, όπως : «ΚΑΘΟΛΟΥ», «ΛΙΓΟ», «ΑΡΚΕΤΑ» , «ΠΟΛΥ», «ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ». Επιπρόσθετα, σε ορισμένες ερωτήσεις για να απαντηθούν, θα πρέπει να έχει πρώτα απαντηθεί η αμέσως προηγούμενή τους.

Για τη συγκεκριμένη εργασία και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Microsoft Excel για την κατασκευή διαγραμμάτων βοηθώντας έτσι την διαγραμματική παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Επιπλέον, για την εξαγωγή στατιστικών στοιχείων όπως ο έλεγχος ανεξαρτησίας και συσχέτισης των μεταβλητών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.

5.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

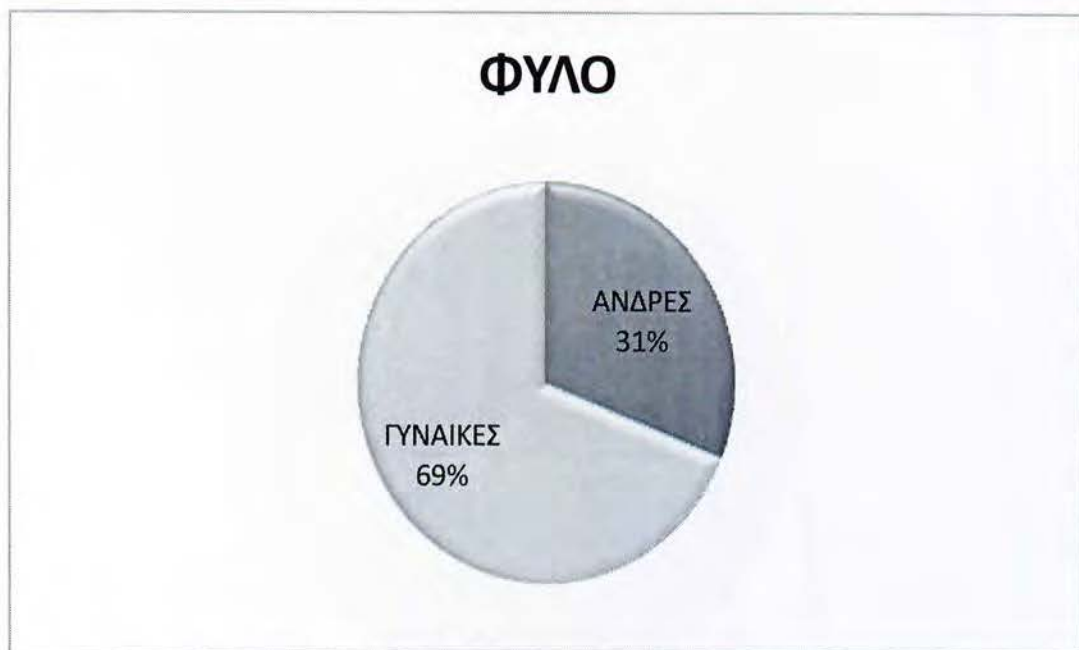
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα αποτελέσματα της επιτόπιας έρευνας, καθώς και διαγραμματικά τα ποσοστά σε κάθε ερώτηση ξεχωριστά. Από τις ερωτήσεις 1 ως 8 αναλύεται το εκπαιδευτικό προφίλ των εργαζομένων ,ενώ στις ερωτήσεις 9 ως 14 αναλύεται το επαγγελματικό προφίλ των υπαλλήλων των

τουριστικών γραφείων. Στις ερωτήσεις 3 και 8 απαραίτητη προϋπόθεση να απαντήσει ο ερωτώμενος είναι να έχει δώσει την απάντηση «ΝΑΙ» στην προηγούμενη ερώτηση.

Δημογραφικά δεδομένα του δείγματος

Φύλο.

Το 69% του δείγματος των υπαλλήλων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν γυναίκες, ενώ το 31% του δείγματος ήταν άνδρες, όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα παρακάτω:

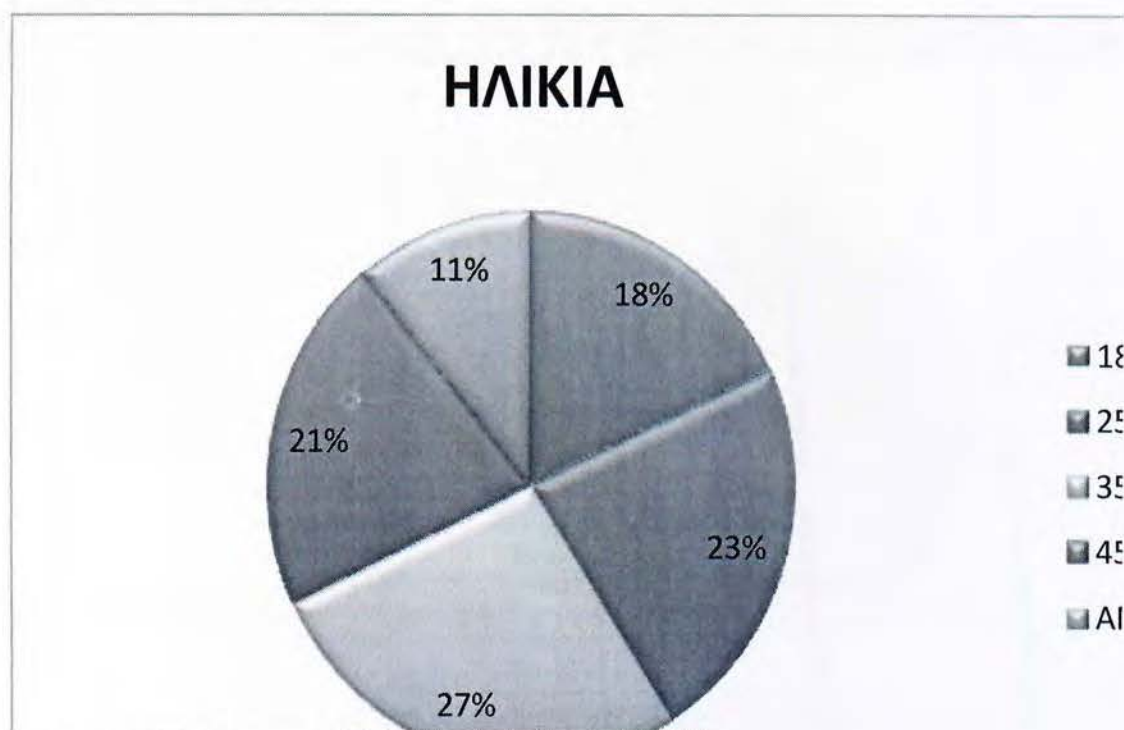


Διάγραμμα 5.3.1.-Δημογραφικά δεδομένα του δείγματος-ΦΥΛΟ

Παρατηρώντας τα ποσοστά και την μεγάλη διαφορά τους (38% απόκλιση), θα μπορούσαμε να παρατηρήσουμε ότι οι γυναίκες φαίνεται ότι προτιμούν ιδιαίτερα την «εργασία γραφείου», ως τουριστικοί πράκτορες, ενώ αντίθετα από τους άνδρες φαίνεται ότι είναι λιγότεροι εκείνοι που προτιμούν την εργασία του τουριστικού γραφείου και την προσφορά τέτοιου είδους υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού.

Ηλικία.

Οι ηλικίες των συμμετεχόντων του δείγματος χωρίστηκαν ανά ομάδες, ξεκινώντας από: **18-24 25-34 35-44 45-54 55 και άνω** και όπως παρατηρείται από τα αποτελέσματα της έρευνας το μεγαλύτερο ποσοστό (το 27%) του δείγματος που εργάζεται ως υπάλληλος τουριστικού γραφείου είναι ηλικίας 35-44 ετών και ακολουθεί το αμέσως μικρότερο ποσοστό του 23% το οποίο δηλώνει ότι ηλικιακά βρίσκεται κάπου στα 25 με 34 έτη. Τρίτοι σε ποσοστά είναι οι υπάλληλοι ηλικίας 45-54 ετών γεγονός που αποδεικνύει ότι ίσως κάποιοι συμμετέχοντες έχουν υψηλότερες θέσεις στην επιχείρηση όπου εργάζονται.



Διάγραμμα 5.3.2.-Δημογραφικά δεδομένα του δείγματος-ΗΛΙΚΙΑ

Οι ηλικίες 18-24 καταλαμβάνουν το αμέσως επόμενο ποσοστό (18%) από τους 45-54 (21%), γεγονός που δηλώνει ότι κάποιοι από αυτούς εργάζονται σε οικογενειακή επιχείρηση και ότι κάποιοι άλλοι βρίσκονται σε διαδικασία πρακτικής άσκησης. Οι λιγότεροι υπάλληλοι τουριστικών γραφείων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι εκείνοι άνω 55 οι οποίοι ανήκουν στο 11% του συνολικού δείγματος.

Οικογενειακή κατάσταση.

Σε αυτό το δημογραφικό στοιχείο θα αναλυθούν δύο διαφορετικά διαγράμματα τα οποία αφορούν ξεχωριστά την προσωπική κατάσταση του συμμετέχοντος και τον αριθμό παιδιών που ίσως υπάρχουν. Ο λόγος που συμπεριλαμβάνεται οικογενειακή κατάσταση στο ερωτηματολόγιο είναι επειδή ευνοεί την ορθή διεξαγωγή συμπερασμάτων σε σχέση με το πώς μπορεί να επηρεάζει το συγκεκριμένο επάγγελμα (που είναι κατά κύριο λόγο εποχιακό) την προσωπική κατάσταση των υπαλλήλων αυτών.

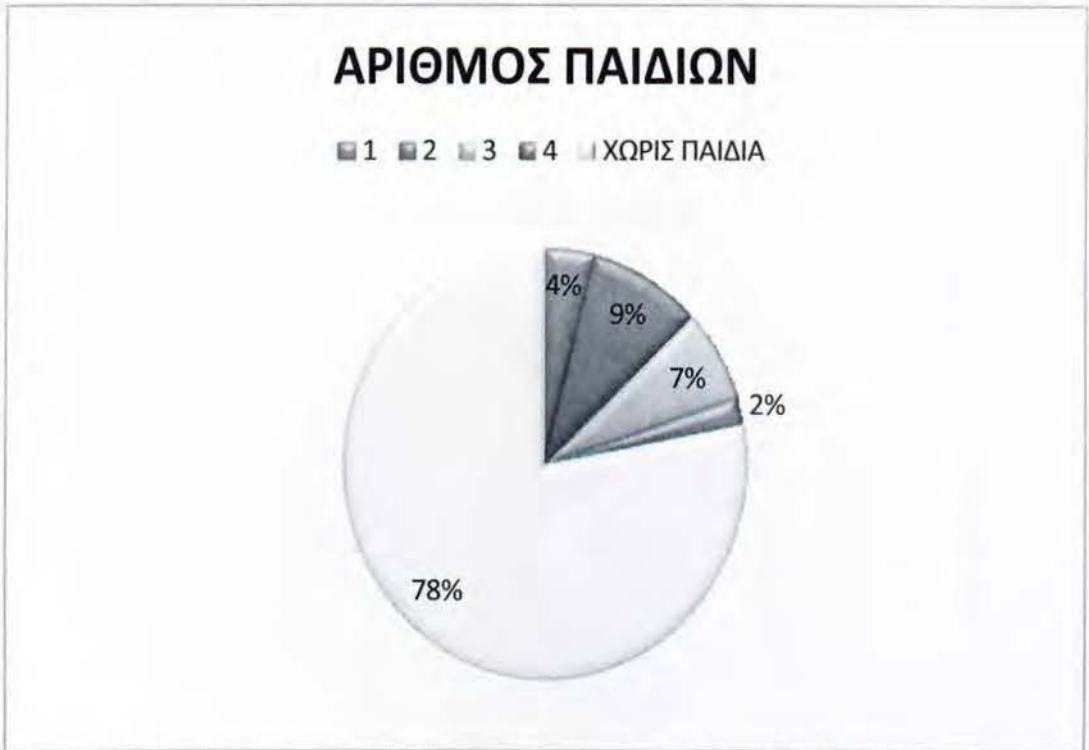
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Διάγραμμα 5.3.3.-Δημογραφικά δεδομένα του δείγματος-ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Όπως παρατηρούμε στο μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (42%) είναι έγγαμοι υπάλληλοι τουριστικών γραφείων, ακολουθεί το 33% που είναι άγαμοι υπάλληλοι και το 25% του δείγματος που είναι διαζευγμένοι. Ακολουθώντας, θα παρατηρήσουμε και τον αριθμό παιδιών ανάλογα με το συνολικό δείγμα, χωρίς να έχει γίνει συσχέτιση με το αν είναι κάποιος έγγαμος, διαζευγμένος ή άγαμος καθώς ελήφθη υπ' όψιν ο παράγοντας του παιδιού εκτός γάμου. Επομένως ακόμα και κάποιος υπάλληλος να είναι γονέας άγαμος, θα επηρέαζε το ίδιο τις υποχρεώσεις του ως έγγαμος ή διαζευγμένος.

Στο συγκεκριμένο διάγραμμα παρατηρούμε τον αριθμό παιδιών σε σχέση με το συνολικό δείγμα:



Διάγραμμα 5.3.4-Δημογραφικά δεδομένα του δείγματος-ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ

Είναι προφανές ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (78%) είναι χωρίς παιδιά, γεγονός που επηρεάζει θετικά την ανησυχία για την εποχικότητα του επαγγέλματος καθώς οι υποχρεώσεις είναι λιγότερο αυξημένες από άλλους υπαλλήλους που βρίσκονται στην αντίθετη θέση. Πολύ χαμηλά ποσοστά παρατηρούνται για τους υπαλλήλους που έχουν ένα, δυο, τρία ή τέσσερα παιδιά. Το 9% του δείγματος έχει δυο παιδιά, το 7% έχει τρία παιδιά, το 4% έχει ένα παιδί και μόλις το 2% έχει τέσσερα παιδιά. Το γεγονός ότι κάποιος υπάλληλος έχει είτε ένα είτε περισσότερα παιδιά επηρεάζεται άμεσα από πολλούς παράγοντες, όπως οι οικονομικές απολαβές, η εποχικότητα του επαγγέλματος, η συχνή μετακίνηση σε διάφορες πόλεις εντός και εκτός της χώρας κτλ.

Επίπεδο εκπαίδευσης.

Ένα από τα σημαντικότερα δημογραφικά στοιχεία για την έρευνα αυτή είναι, φυσικά, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των τουριστικών πρακτόρων. Μετά από τί είδους εκπαιδευτικά προγράμματα προσελήφθησαν; Απόφοιτοι από ποιες σχολές; Πόσο προχώρησαν οι σπουδές τους; Το παρακάτω διάγραμμα θα μας βοηθήσει να σχηματίσουμε μία σαφέστατη εικόνα για το θέμα:



Διάγραμμα 5.3.5.-Δημογραφικά δεδομένα-ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Όπως παρατηρούμε, το μεγαλύτερο ποσοστό (40%) των υπαλλήλων είναι απόφοιτοι Α.Τ.Ε.Ι. (ΑΝΩΤΑΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ), διάρκειας οκτώ εξαμήνων-συμπεριλαμβανομένης και της πρακτικής άσκησης, απόφοιτοι της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας. Ακολουθούν οι απόφοιτοι των Α.Σ.Τ.Ε. (ΑΝΩΤΕΡΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ), διάρκειας τριετούς φοίτησης- συμπεριλαμβανομένης και της πρακτικής άσκησης. Επόμενη κατηγορία υπαλλήλων τουριστικών γραφείων είναι οι απόφοιτοι Λυκείου, οι οποίοι προσελήφθησαν μόνο με το απολυτήριό τους (συνήθως παρατηρείται στις οικογενειακές επιχειρήσεις και στις προσλήψεις «μέσω γνωστών»). Το ίδιο συμβαίνει και για τους απόφοιτους Γυμνασίου που καταλαμβάνουν ποσοστό της τάξεως του

16%. Εξαιρετικά ολιγάριθμοι είναι εκείνοι που προχώρησαν τις σπουδές τους σε μεταπτυχιακό επίπεδο και κατέχουν μόλις το 6% του δείγματος.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Από πότε εργάζεστε σε τουριστικό γραφείο;

Η ερώτηση αυτή έχει ως σκοπό να απεικονίσει τη διάρκεια κατά την οποία εργάζονται οι τουριστικοί πράκτορες μέχρι τη στιγμή που πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 5.3.6. «Από πότε εργάζεστε σε τουριστικό γραφείο;»

Ξεκινώντας από το μεγαλύτερο ποσοστό (32%) παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι εργάζονται 3-5 έτη, μία καλή χρονική περίοδος για να γνωρίσει κανείς αυτό το επάγγελμα αυτό. Το 24% του δείγματος εργάζεται τα τελευταία 5-10 έτη σε τουριστικό γραφείο έχοντας αποκτήσει μία πολύ καλή γνώση του αντικειμένου. Έπειτα στο 21% είναι εκείνοι οι οποίοι εργάζονται 1-3 έτη μόνο και στο 12% είναι εκείνοι που εργάζονται 10-20 έτη, αρκετά παράξενο φαινόμενο να είναι σχεδόν ίδια τα ποσοστά και τόσο μεγάλη η χρονική απόκλιση. Τελευταίοι είναι οι νέοι του επαγγέλματος, στο 11% του δείγματος, οι οποίοι εργάζονται από λίγους έως δώδεκα μήνες και βρίσκονται στην αρχή της καριέρας τους.

2. Είναι συνεχόμενη η εργασία σας στο τουριστικό γραφείο;

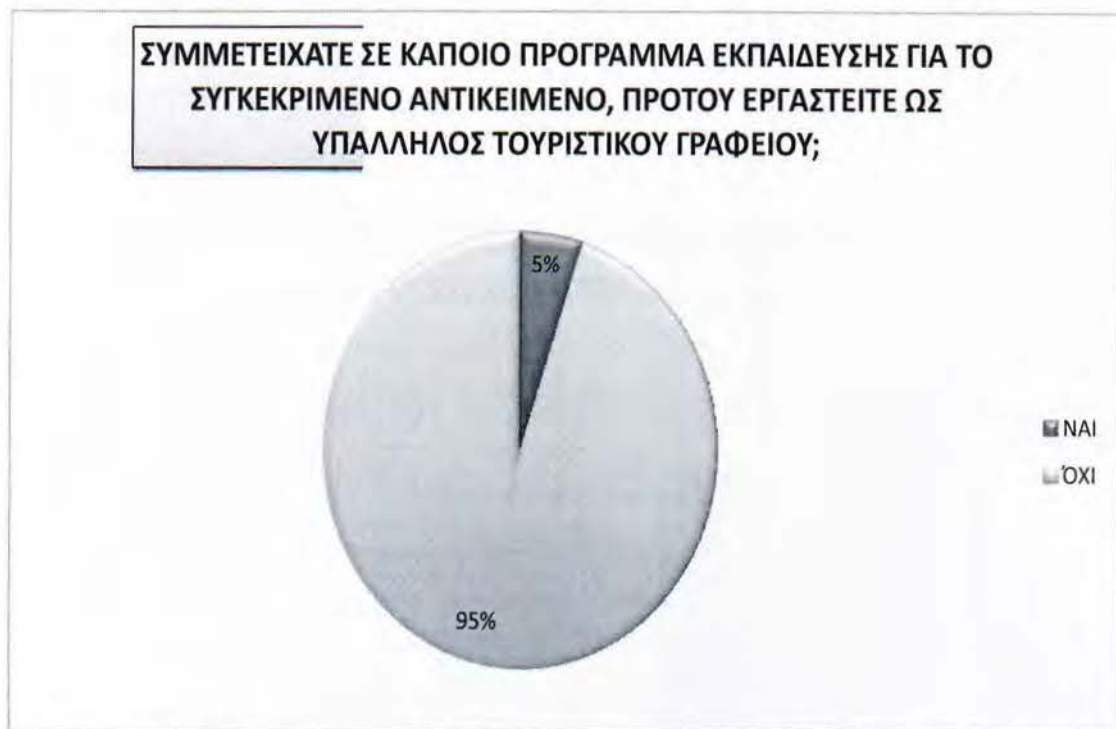
Το γεγονός ότι κάποιος εργάζεται σε τουριστικό γραφείο συνεχόμενα σε όλη τη διάρκεια της καριέρας του είναι ιδιαίτερα ευχάριστο, καθώς αποτελεί εξαίρεση για όλους εκείνους που τους δυσσαρεστεί η εποχική φύση του επαγγέλματος. Παρακάτω παρατηρούμε σε διαγραμματική απεικόνιση πόσοι από τους ερωτηθέντες τουριστικών πρακτορείων εργάζεται συνεχόμενα και πόσοι όχι:



Διάγραμμα 5.3.7 «Είναι συνεχόμενη η εργασία σας στο τουριστικό γραφείο;»

Το 44% του δείγματος απάντησε ότι εργάζεται συνεχόμενα σε τουριστικό γραφείο, ξεφεύγοντας έτσι από το εποχιακό σύστημα των 6μηνων ή 8μηνων συμβάσεων, γεγονός που έρχεται σε πλήρη αντίθεση με το υπόλοιπο 36% των υπαλλήλων που «υποφέρουν» οικονομικά για κάποιους μήνες του έτους, επιβιώνοντας μόνο με την βοήθεια του Ταμείου Ανεργίας. Ενώ τα ποσοστά δεν έχουν μεγάλη διαφορά μεταξύ τους, αξιοσημείωτες όμως είναι οι κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις εξαιτίας αυτού του γεγονότος. Κάποιοι υπάλληλοι έχουν να φροντίσουν οικογένειες και έχουν ανειλημμένες υποχρεώσεις, πράγμα που δυστυχώς δεν καταφέρνουν με το επίδομα του Ταμείου Ανεργίας, μέχρι να έρθει η υψηλή τουριστική περίοδος για να προσληφθούν πάλι. Ιδιαίτερο εποχιακό πρόβλημα για το συγκεκριμένο τομέα αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι της νησιωτικής και ηπειρωτικής Ελλάδας.

3. Συμμετείχατε σε κάποιο πρόγραμμα εκπαίδευσης για το συγκεκριμένο αντικείμενο, προτού εργαστείτε ως υπάλληλος τουριστικού γραφείου;

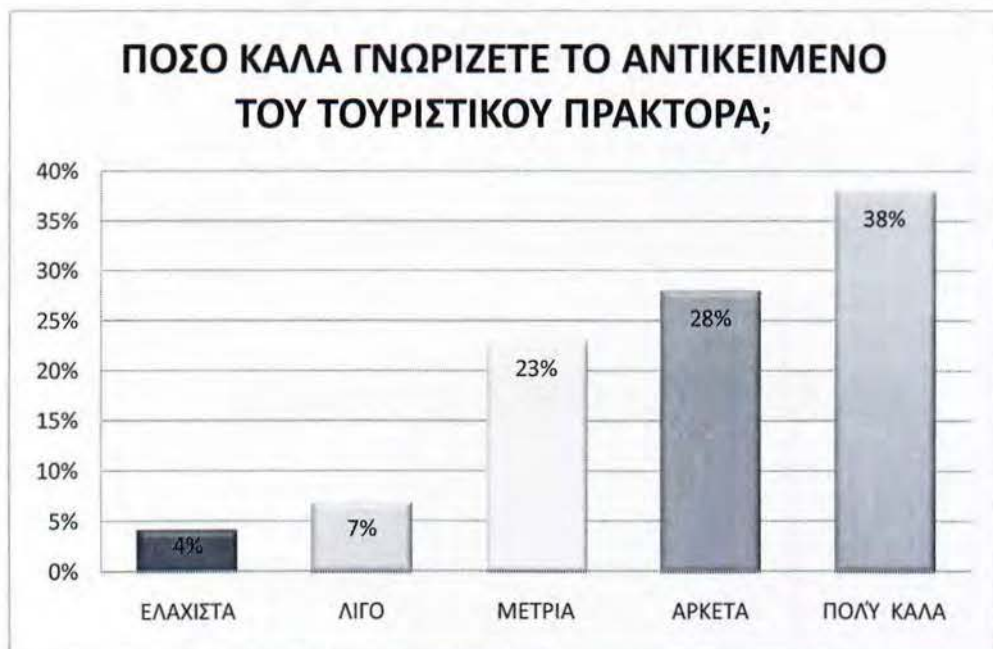


Διάγραμμα 5.3.8. «Συμμετείχατε σε κάποιο πρόγραμμα εκπαίδευσης για το συγκεκριμένο αντικείμενο, προτού εργαστείτε ως υπάλληλος τουριστικού γραφείου;»

Μία εξαιρετικά σημαντική ερώτηση για την προετοιμασία των υπαλλήλων στον τομέα του τουριστικού γραφείου. Τα ίδια τα ποσοστά φανερώνουν την απροθυμία των τουριστικών γραφείων να αφιερώσουν χρόνο και χρήμα για την εκπαίδευση των μελλοντικών υπαλλήλων τους, αφού βλέπουμε ότι το 95% των ατόμων που ερωτήθηκαν δεν συμμετείχε σε κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα προτού προσληφθεί. Σε συντριπτικά τεράστια απόκλιση από το 5% που είχε την ευκαιρία να εκπαιδευτεί προτού εργαστεί σε τουριστικό γραφείο και να προετοιμαστεί κατάλληλα για το αντικείμενο και τις δυσκολίες του, για τις οποίες ενημερώνεται έστω και αναφορικά (όπως συμβαίνει σε όλα τα προγράμματα εκπαίδευσης). Η αμέσως επόμενη ερώτηση(4) αναφέρεται σε ποιο πρόγραμμα εκπαίδευσης συμμετείχαν οι υπάλληλοι του 5% του δείγματος και οι απαντήσεις της χρησιμοποιήθηκαν μόνο για εγκυκλοπαιδικούς σκοπούς. Οι ερωτηθέντες ανέφεραν διάφορα προγράμματα έκδοσης αεροπορικών και ακτοπλοϊκών ναύλων.

5. Πόσο καλά ,εκτιμάτε, ότι γνωρίζετε το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα;

Η παραπάνω ερώτηση διατυπώθηκε με σκοπό να εκτιμηθεί κυρίως η κρίση του κάθε τουριστικού πράκτορα για το πόσο καλά, πάντα σύμφωνα με την άποψή του, εκτιμά ότι γνωρίζει το επάγγελμα αυτό. Στο παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε τί ποσοστό του δείγματος δήλωσε ότι γνωρίζει *ελάχιστα, λίγο, μέτρια, αρκετά ή πολύ καλά* την εργασία του:



Διάγραμμα 5.3.9. «Πόσο καλά ,εκτιμάτε, ότι γνωρίζετε το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα;»

Αρχίζοντας το σχολιασμό από τα μικρότερα ποσοστά , είναι προφανές ότι μόνο το 4% αισθάνεται ότι γνωρίζει ελάχιστα το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα. Ακολουθεί το 7% στο οποίο οι υπάλληλοι που επέλεξαν την απάντηση «λίγο» ίσως ανήκουν στο αρχικό στάδιο της καριέρας τους ή σε πρακτική άσκηση. Έπειτα, το 23% δηλώνει με εγκράτεια ότι μέτρια γνωρίζει το αντικείμενο και ανεβαίνοντας κατά 5% παραπάνω, συναντούμε τους υπαλλήλους που γνωρίζουν αρκετά καλά την δουλειά τους, σε ποσοστό 28%. Τέλος, στο 38% είναι οι εργαζόμενοι που γνωρίζουν πολύ καλά την εργασία τους. Ήταν αναμενόμενο ως απάντηση καθώς οι περισσότεροι υπάλληλοι σ' αυτόν τον τομέα εργάζονται με ιδιαίτερη αυτοπεποίθηση. Οφείλουν να μεταδίδουν άνεση και χαλαρή διάθεση στον πελάτη που σκοπεύει να αγοράσει ένα τουριστικό πακέτο για να απολαύσει τις διακοπές του.

6. Τι σας βοήθησε περισσότερο ;(αν η απάντηση στην προηγούμενη είναι πάνω από «μέτρια»)

Απαραίτητη προϋπόθεση σε αυτή την ερώτηση είναι να έχει απαντήσει κάποιος τουλάχιστον «μέτρια» στην προηγούμενη ερώτηση. Πιθανές απαντήσεις είναι:

- 1) Η εκπαίδευση
- 2) Η εμπειρία

Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνεται τί πιστεύουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα ότι τους βοήθησε να γνωρίσουν **μέτρια, αρκετά ή πολύ καλά** το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα:

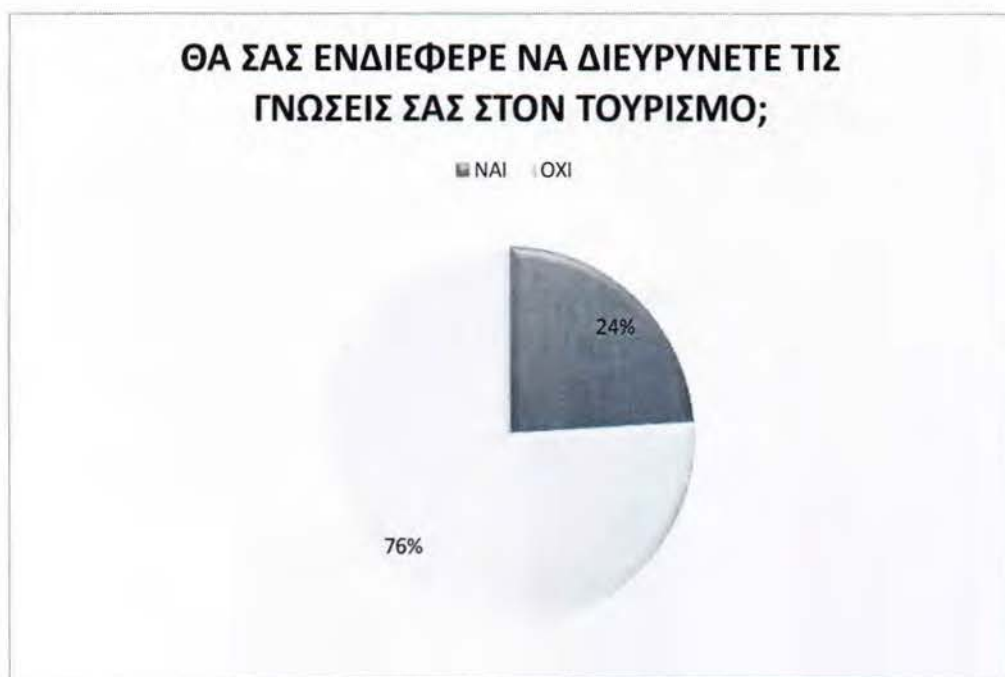


Διάγραμμα 5.3.10 «Τι σας βοήθησε περισσότερο;(αν η απάντησή σας στην προηγούμενη είναι πάνω από 'μέτρια')»

Το εξαιρετικά υψηλό ποσοστό του 76% δήλωσε ότι γνωρίζει το αντικείμενο της δουλειάς του χάρη στην εμπειρία και όχι χάρη στην εκπαίδευση που έλαβε είτε από τη σχολή που φοίτησε, από σεμινάρια, από την ίδια την επιχείρηση είτε από οπουδήποτε αλλού. Αντίθετα, το 21% δηλώνει ότι έγινε μέτριος, αρκετά καλός ή πολύ καλός τουριστικός πράκτορας εξαιτίας της εκπαίδευσης που έλαβε πριν εργαστεί.

7. Θα σας ενδιέφερε να διευρύνετε τις γνώσεις σας στον τουρισμό;

Μία από τις τελευταίες ερωτήσεις προτού αλλάξει θέμα το ερωτηματολόγιο, είναι και η συγκεκριμένη. Η πρόθεση ενός υπαλλήλου να διευρύνει τις γνώσεις του στο συγκεκριμένο κλάδο φανερώνει τον επαγγελματισμό του και την τάση του να εξαλείφει τα λάθη που τυχόν να συμβαίνουν όταν εξασκεί το επάγγελμα. Είναι πολύ σημαντικό, επομένως, να συμπεριλαμβάνεται στο ερωτηματολόγιο η ερώτηση γιατί εξυπηρετεί το θέμα της διεύρυνσης του εκπαιδευτικού προφίλ των εργαζομένων αυτών. Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα:



Διάγραμμα 5.3.11. «Θα σας ενδιέφερε να διευρύνετε τις γνώσεις σας στον τουρισμό;»

Συντριπτικά υψηλό το ποσοστό του 76% που δηλώνει την πρόθεσή του να ΜΗ ΣΥΝΕΧΙΣΕΙ τις σπουδές του στον τουρισμό. Μόνο το 24% θα ήθελε να μάθει περισσότερα και να εξελιχθεί, κατά συνέπεια, ως καλύτερος επαγγελματίας στον τομέα του τουρισμού.

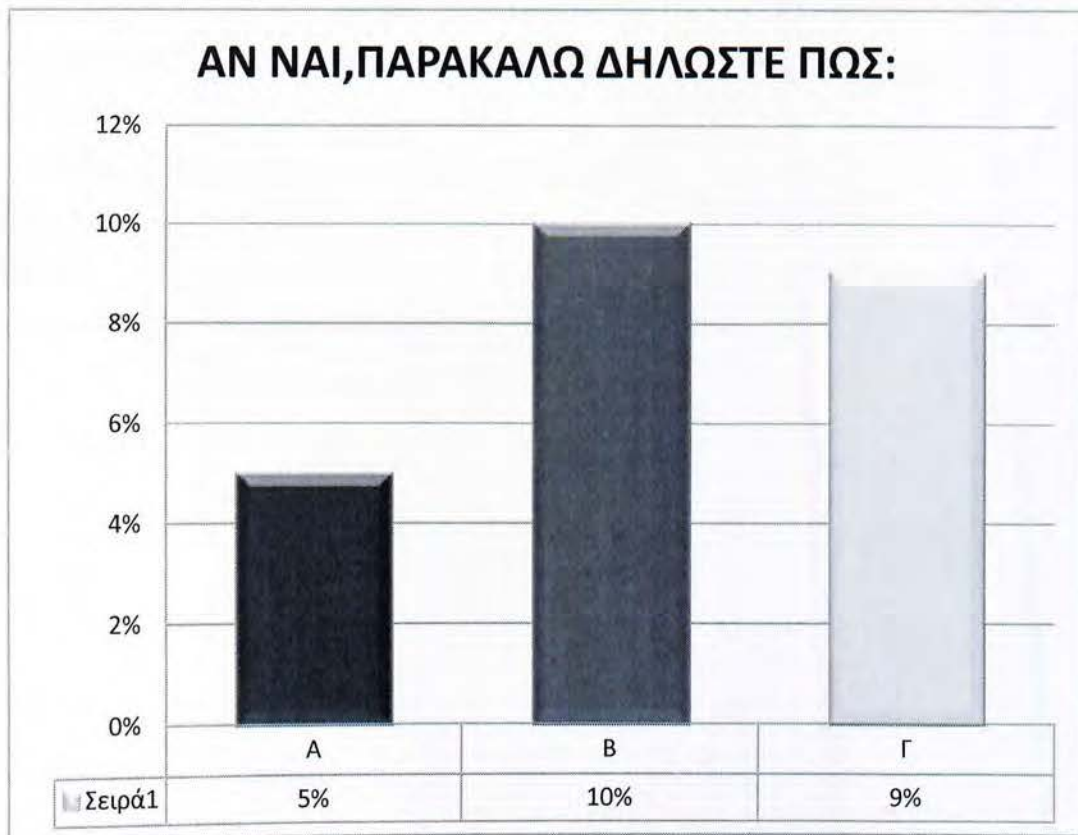
8. Αν ναι, παρακαλώ δηλώστε πώς:

Στο σημείο αυτό οι συμμετέχοντες στην έρευνα καλούνται να επιλέξουν ανάμεσα σε τρεις πιθανές απαντήσεις, διαλέγοντας εκείνη που τους εκφράζει περισσότερο. Οι απαντήσεις αυτές είναι:

α) «να ξεκινήσετε συστηματικά την εκπαίδευσή σας σε εγκεκριμένη σχολή της Ελλάδας ή του εξωτερικού;»

β) «με αναβάθμιση του πτυχίου σας σπουδάζοντας σε ανώτερη βαθμίδα;»

ή γ) «με συμμετοχή σας σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα εφόσον πληροίτε τις προϋποθέσεις;». Το παρακάτω διάγραμμα μας δίνει μία σαφέστατη εικόνα για το τι απάντησαν στην ερώτηση αυτή:



Διάγραμμα 5.3.12 «Αν Ναι, παρακαλώ δηλώστε πώς:»

Στην ερώτηση αυτή, φυσικά, απάντησαν όσοι στην προηγούμενη είχαν απαντήσει «ΝΑΙ», οπότε τα αποτελέσματα αντιστοιχούν στο 24% του προηγούμενου διαγράμματος. Σ' αυτό το σημείο φαίνεται ξεκάθαρα ότι το 10% από το 24% προτιμά να αναβαθμίσει το πτυχίο που μέχρι τώρα κατέχει, απάντηση που υποδηλώνει ότι όσοι την επέλεξαν προέρχονται από ΑΝΩΤΕΡΕΣ ΣΧΟΛΕΣ και όχι από κάποιο ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ. Ακολουθεί το 9% που θα ήθελε να

συμμετέχει σε πρόγραμμα μεταπτυχιακού τομέα, γεγονός που υποδηλώνει πως όσοι επέλεξαν αυτή την απάντηση έχουν ολοκληρώσει τον το πρόγραμμα σπουδών των ΑΝΩΤΑΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ. Τέλος, το 5% μόλις προτιμά να ξεκινήσει συστηματικά την εκπαίδευσή του σε εγκεκριμένη σχολή της Ελλάδας ή του εξωτερικού, γεγονός που θα βοηθούσε αρκετά να γνωρίσουν και εκπαιδευτικά (εκτός από εμπειρικά) κάποιοι τουριστικοί πράκτορες το αντικείμενο.

9. Σε τι είδους επιχείρηση εργάζεστε;

Σε αυτό το σημείο αλλάζει (χωρίς να διαχωρίζεται με κάποιο τίτλο) το ύφος του ερωτηματολογίου και ξεκινούν οι ερωτήσεις για το επαγγελματικό προφίλ των εργαζομένων των τουριστικών γραφείων. Σε αυτή την ερώτηση θα μπορούσε κάποιος να επιλέξει ανάμεσα σε τέσσερα πιθανά είδη επιχειρήσεων, όπως:

- α) Οικογενειακή μικρή
- β) Οικογενειακή μεγάλη
- γ) Άλλη μεγάλη επιχείρηση
- δ) Άλλο

Αν παρατηρήσουμε το παρακάτω διάγραμμα, θα δούμε ότι:

ΣΕ ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ;



Διάγραμμα 5.3.13. «Σε τι είδους επιχείρηση εργάζεστε;»

Το 38% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι απασχολείται σε μεγάλη επιχείρηση, η οποία όμως δεν ανήκει σε κάποιο μέλος της οικογένειάς του ή στον ίδιο, αλλά είναι απλά μία μεγάλη επιχείρηση. Το 31% δήλωσε ότι απασχολείται σε οικογενειακή μεγάλη επιχείρηση που πιθανότατα να ανήκει σε συγγενή ή ακόμα και σε γονέα του. Αμέσως

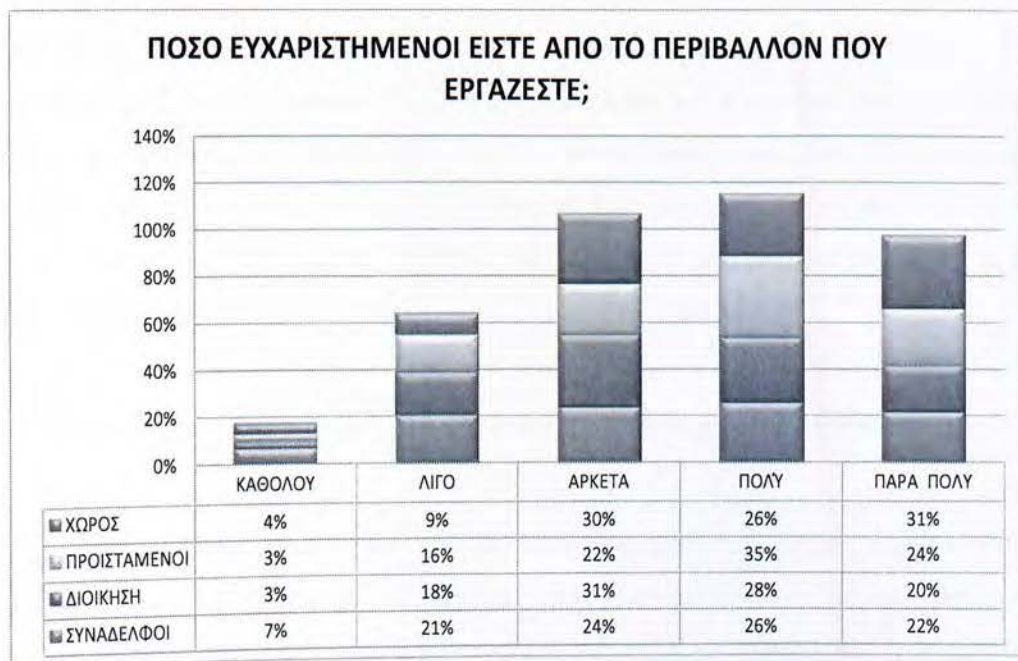
μικρότερο ποσοστό είναι το 16% το οποίο δήλωσε ότι εργάζεται σε μία οικογενειακή μικρή επιχείρηση, που ίσως να ανήκει σε συγγενή του ή ακόμα και στον ίδιο τον ερωτηθέντα. Το 15% δήλωσε «ΑΛΛΟ» χωρίς να διευκρινίζει το είδος της επιχείρησης.

10. Πόσο ευχαριστημένος είστε από το περιβάλλον που εργάζεστε;

Η συγκεκριμένη ερώτηση είναι διατυπωμένη ώστε να απαντάται ο βαθμός ικανοποίησης από το εργασιακό περιβάλλον με βάση τέσσερις άξονες:

- *Τους συναδέλφους*
- *Τη Διοίκηση*
- *Τους προϊστάμενους*
- *Το χώρο*

και ο βαθμός προτίμησης αυξάνεται προοδευτικά από ΚΑΘΟΛΟΥ-ΛΙΓΟ-ΑΡΚΕΤΑ-ΠΟΛΥ έως και ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ.



Διάγραμμα 5.3.14 «Πόσο ευχαριστημένοι είστε από το περιβάλλον που εργάζεστε;»

Ξεκινώντας από το θέμα του **χώρου**, όπως φαίνεται στο διάγραμμα με μωβ χρώμα, το 4% του δείγματος δεν είναι ΚΑΘΟΛΟΥ ευχαριστημένο, το 9% είναι ΛΙΓΟ

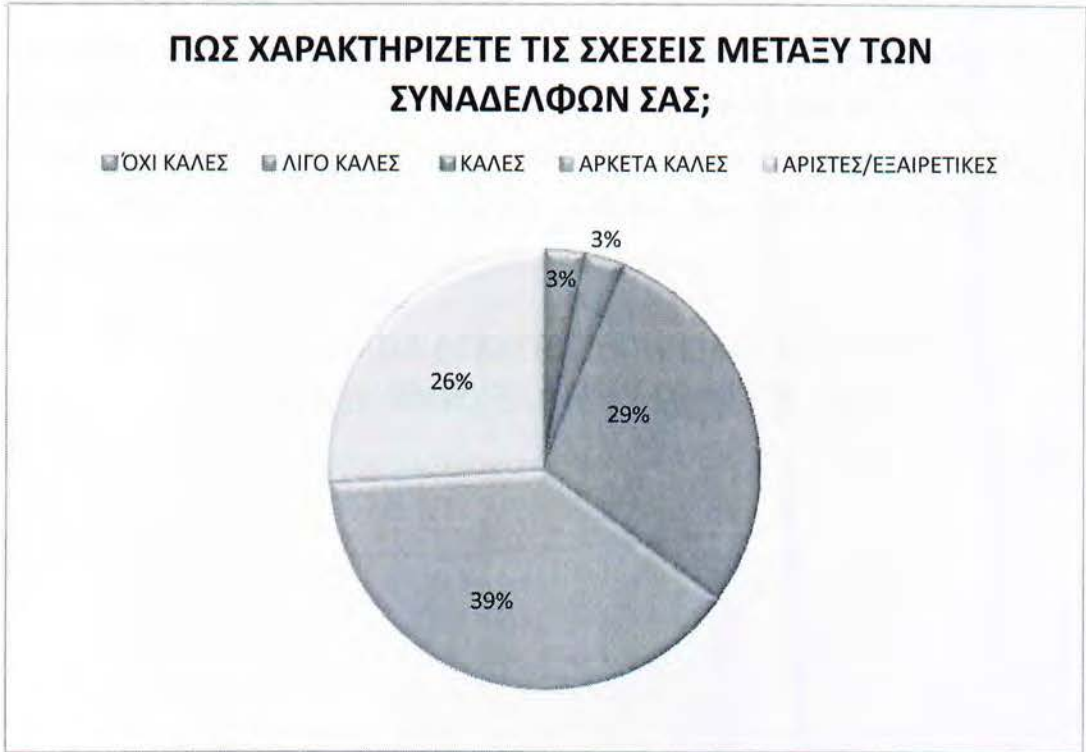
ικανοποιημένο, το 26% είναι ΠΟΛΥ ικανοποιημένο και όσο αυξάνονται τα ποσοστά, το 30% είναι ΑΡΚΕΤΑ ευχαριστημένο και τέλος, οι περισσότεροι με 31% συνολικό ποσοστό να δηλώνουν ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ικανοποιημένοι από το ΧΩΡΟ. Αυτό συμβαίνει διότι το περιβάλλον των περισσότερων τουριστικών γραφείων είναι προσεγμένο και διαμορφωμένο όμορφα έτσι ώστε να παρακινεί τον πελάτη να αγοράσει ταξιδιωτικό πακέτο. Έπειτα, συναντάμε ένα μέρος του τομέα των εργασιακών σχέσεων, τους **προϊστάμενους**, οι οποίοι ανάλογα με τη συμπεριφορά τους επηρεάζουν και το προσωπικό. Είναι εξαιρετικά χαμηλό το ποσοστό εκείνων που δήλωσαν ότι είναι ΚΑΘΟΛΟΥ ικανοποιημένοι από τους ανωτέρους τους, ακολουθεί το 16% που είναι ΛΙΓΟ ικανοποιημένο από τους προϊστάμενους και εν συνεχεία, το 22% που έχουν αρκετά ικανοποιητικές εντυπώσεις από τους προϊστάμενούς τους. Μεγαλύτερα ποσοστά το 24% και 35% που δηλώνουν ότι είναι ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ και απλά ΠΟΛΥ ευχαριστημένοι αντίστοιχα. Ένας άλλος τομέας εργασιακών σχέσεων είναι και η **διοίκηση**. Τα ποσοστά ικανοποίησης για το μάνατζμεντ της επιχείρησης διαμορφώνονται ως εξής: Το 3% του δείγματος δεν είναι ΚΑΘΟΛΟΥ ικανοποιημένο, το 18% είναι ΛΙΓΟ ικανοποιημένο, το 20% είναι ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ευχαριστημένο, το 28% είναι ΠΟΛΥ ικανοποιημένο και το 31% είναι ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένο. Το τελευταίο μέρος των εργασιακών σχέσεων, διερευνώντας το εργασιακό περιβάλλον, είναι οι **συναδέλφοι**. Όσον αφορά στους συναδέλφους τους, το 7% δεν είναι ΚΑΘΟΛΟΥ ικανοποιημένοι, το 21% είναι ΛΙΓΟ ευχαριστημένοι, το 22% είναι ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ευχαριστημένοι, το 24% είναι ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένοι και το 26% είναι ΠΟΛΥ ικανοποιημένοι από το συναδελφικό τους περιβάλλον.

11. Πώς θα χαρακτηρίζατε τις σχέσεις μεταξύ των συναδέλφων;

Μία πολύ σημαντική ερώτηση που κρίθηκε αναγκαίο να συμπεριληφθεί στην ανάλυση του επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων. Καλές σχέσεις, διενέξεις, φασαρίες και παρεξηγήσεις ή σχόλια μεταξύ συναδέλφων για άλλους εργαζόμενους ανέκαθεν αποτελούσαν βασικά προβλήματα για την ομαλή διεξαγωγή της εργασίας τους. Παρακάτω θα παρατηρήσουμε το πώς χαρακτηρίζουν οι εργαζόμενοι τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους, για το αν είναι:

- Όχι καλές
- Λίγο καλές

- Καλές
- Αρκετά καλές
- Άριστες/Εξαιρετικές



Διάγραμμα 5.3.15. «Πώς χαρακτηρίζετε τις σχέσεις μεταξύ των συναδέλφων σας;»

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, το 39%, δηλώνει ότι διατηρεί ΑΡΚΕΤΑ ΚΑΛΕΣ σχέσεις μεταξύ των συναδέλφων του. Καθώς μικραίνουν τα ποσοστά, το 29% δηλώνει ότι έχει ΚΑΛΕΣ σχέσεις με συναδέλφους ,γεγονός που υποδηλώνει μία μέτρια κατάσταση, το 26% έχει ΑΡΙΣΤΕΣ/ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΕΣ σχέσεις που είναι πολύ σημαντικό και για την ψυχολογία τους καθώς αποδίδουν καλύτερα εργασιακά. Όμοια και αρκετά χαμηλά είναι τα ποσοστά που αφορούν τις ΟΧΙ ΚΑΛΕΣ και ΛΙΓΟ ΚΑΛΕΣ σχέσεις μεταξύ συναδέλφων καταλαμβάνοντας 3% και 3% αντίστοιχα.

12. Πόσο συχνά δέχεστε συμβουλές από τους συναδέλφους σας σε θέματα εργασίας;

Είναι απόλυτα φυσικό να μην γνωρίζουμε ποτέ τα πάντα σε ένα εργασιακό αντικείμενο, και ιδιαίτερα το τουριστικό που εξελίσσεται συνεχώς. Εντολές σε συστήματα κρατήσεων μέσω υπολογιστών, εργασιακά ζητήματα που προκύπτουν σε σπάνιες περιπτώσεις, έλλειψη επαρκούς εκπαίδευσης, είναι μερικοί από τους λόγους για τους οποίους όλοι καταφεύγουν σε ένα συνάδελφο για βοήθεια. Η συχνότητα αυτών των συμβουλών φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα:

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΔΕΧΕΣΤΕ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ ΣΑΣ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;



Διάγραμμα 5.3.16. «Πόσο συχνά δέχεστε συμβουλές από τους συναδέλφους σας σε θέματα εργασίας;»

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, το 26%, με απόλυτη ειλικρίνεια δηλώνει ότι δέχεται ΤΑΚΤΙΚΑ συμβουλές από συναδέλφους. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο ερωτηματολόγιο δεν υπάρχει ερώτηση που να ζητά να δηλωθούν οι λόγοι για τους οποίους ζητούν συμβουλές. Ακολουθούν οι εργαζόμενοι που ζητούν ΣΥΧΝΑ συμβουλές και καταλαμβάνουν το 24% του δείγματος. Έπειτα είναι εκείνοι που ΣΠΑΝΙΑ δέχονται συμβουλές με ποσοστό 22%. Τέταρτοι στη σειρά είναι εκείνοι που ανήκουν στο 19% και είναι οι πιο συχνοί στην αναζήτηση συμβουλών, καθώς δηλώνουν ότι ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ δέχονται συμβουλές. Τέλος, το μικρότερο ποσοστό, το 9%, με μεγάλη διαφορά από τα υπόλοιπα, δηλώνει ότι δεν δέχεται ΠΟΤΕ συμβουλές από συναδέλφους.

13. Πόσο είστε ικανοποιημένοι από τα ωράρια, τις ημέρες εργασίας και τα ρεπό;

Όπως ακριβώς στην *ερώτηση 10*, έτσι και εδώ, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να δηλώσουν το πόσο ικανοποιημένοι είναι με βάση τρεις άξονες: ΩΡΑΡΙΑ – ΗΜΕΡΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ – ΡΕΠΟ. Με την βοήθεια του διαγράμματος διεξάγουμε τα σχετικά συμπεράσματα για το αν οι εργαζόμενοι είναι: **ΚΑΘΟΛΟΥ-ΛΙΓΟ-ΑΡΚΕΤΑ-ΠΟΛΥ** ή **ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ** ικανοποιημένοι.



Διάγραμμα 5.3.17 «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα ωράρια, τις ημέρες εργασίας και τα ρεπό;»

Ξεκινώντας το σχολιασμό του διαγράμματος, όπως απεικονίζονται στον πίνακα τα ποσοστά (με αυτόματη καταχώρηση πάντα), παρατηρούμε ότι όσον αφορά στα ΡΕΠΟ τους οι εργαζόμενοι που δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι αποτελούν το 10% του δείγματος. Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό είναι το 14% των υπαλλήλων, οι οποίοι είναι υπέρ της ακριβώς αντίθετης άποψης ότι είναι ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ικανοποιημένοι από τον αριθμό των ρεπό τους. Ακολουθεί το 19% που είναι πολύ ικανοποιημένο από τα ρεπό και αμέσως μετά το 25% που είναι ΛΙΓΟ ικανοποιημένο. Τέλος, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος, δηλαδή το 32%, δηλώνει ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένο. Επόμενο μέρος του διαγράμματος είναι οι ΗΜΕΡΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ. Εδώ μπορεί να επιλέξει την ικανοποίηση που νιώθει κάποιος ακόμα και με τη σκέψη ότι ο εργοδότης

του ζητά να κάνει ή όχι υπερωρίες. Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά έχουν μία ομαλή εξέλιξη τα ποσοστά και δεν παρουσιάζουν αντιφάσεις όπως αυτά των ΡΕΠΟ. Αρχίζοντας από το 6% που δεν είναι ΚΑΘΟΛΟΥ ικανοποιημένο από τις ημέρες εργασίας, προχωρούμε στο 9% που είναι ΛΙΓΟ ικανοποιημένο. Συνεχίζουμε με το 19% που είναι ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ικανοποιημένο και , με βάση τη λογική πάντα, συμπεραίνουμε ότι υπάρχει μία πολύ καλή συνεννόηση μεταξύ διεύθυνσης και υπαλλήλων. Στη συνέχεια, το 27% είναι ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένο και τέλος, το 39% είναι ΠΟΛΥ ικανοποιημένο.

14. Ποιος από τους παρακάτω παράγοντες θα σας διευκόλυναν στην εκτέλεση της εργασίας σας;

Η τελευταία και εξαιρετικά σημαντική ερώτηση για την διερεύνηση του εκπαιδευτικού και επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία. Σκοπός της διατύπωσής της είναι ,βεβαίως, να ανακαλύψουμε ποιος είναι ο παράγοντας που θα έκανε τους εργαζόμενους των τουριστικών γραφείων περισσότερο αποδοτικούς στην εργασία τους. Οι εργαζόμενοι έπρεπε να επιλέξουν ανάμεσα σε τέσσερις παράγοντες που είναι οι εξής:

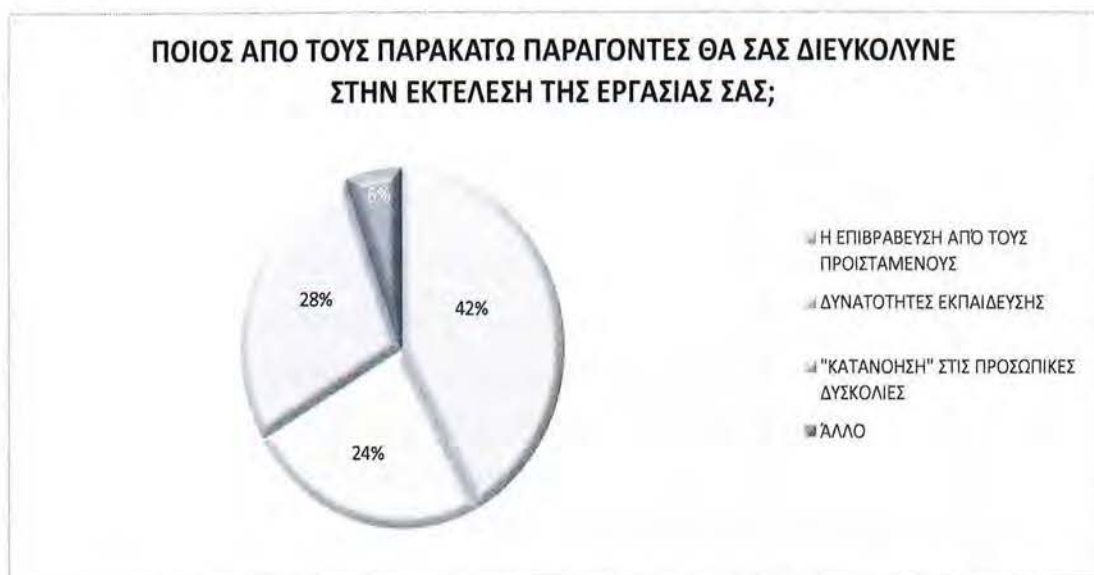
α) Η επιβράβευση από τους προϊσταμένους

β) Οι δυνατότητες εκπαίδευσης

γ) Η «κατανόηση» στις προσωπικές δυσκολίες

ή δ) Κάποιος άλλος παράγοντας

Στο παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε ότι:



Διάγραμμα 5.3.18. «Ποιος από τους παρακάτω παράγοντες θα σας διευκόλυνε στην εκτέλεση της εργασίας σας;»

Στο διάγραμμα είναι εμφανές ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων, το 42%, θα το διευκόλυνε η ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΟΥΣ, κάνοντάς τους πιο αποδοτικούς στην εργασία τους. Ένας άλλος παράγοντας, ιδιαίτερα σημαντικός για την ευκολότερη εκτέλεση της εργασίας τους είναι και η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΣΤΙΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ, όπως δηλώνει το 28% των εργαζομένων-συμμετεχόντων στην έρευνα. Με μικρή διαφορά, ακολουθεί το 24% του δείγματος που δηλώνει ότι ο παράγοντας που θα διευκόλυνε περισσότερο την εκτέλεση της εργασίας του είναι οι ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ. Τέλος, το μικρότερο ποσοστό του δείγματος, το 6%, δηλώνει ότι κάτι ΑΛΛΟ είναι αυτό που θα τους διευκόλυνε στην εργασία τους.*

*Δεν ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν ποιος είναι αυτός ο παράγοντας στο υποερώτημα «ΆΛΛΟ», διότι δεν θα εξυπηρετούσε την έρευνα και τον σχολιασμό των αποτελεσμάτων αυτής, λόγω του πλήθους των παραγόντων που θα δηλώνονταν (1-100 παράγοντες).

Συμπεράσματα

Βάση των αποτελεσμάτων της έρευνας, τα συμπεράσματα διαμορφώνονται ως εξής:

- ◆ Το μεγαλύτερο μέρος των εργαζομένων σε τουριστικά γραφεία της Αθήνας είναι γυναίκες.
- ◆ Η πλειοψηφία των εργαζομένων ανήκει στην ομάδα ηλικιών 35-44 εκ των οποίων οι περισσότεροι είναι έγγαμοι/ες.
- ◆ Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δεν έχει παιδιά/ά.
- ◆ Σχεδόν οι μισοί από τους συμμετέχοντες (40%) είναι Απόφοιτοι Α.Τ.Ε.Ι. Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- ◆ Οι περισσότεροι/ες εργάζονται 3-5 έτη σε τουριστικό γραφείο, επομένως έχουν αποκτήσει μία αρκετά ικανοποιητική εμπειρία για αυτό το αντικείμενο.
- ◆ Η πλειοψηφία των εργαζομένων έχει συνεχόμενη εργασία σε τουριστικό γραφείο.
- ◆ Συντριπτικά υψηλό είναι το ποσοστό (95%) που δεν συμμετείχε σε πρόγραμμα εκπαίδευσης προτού προσληφθεί στην επιχείρηση όπου εργάζεται.
- ◆ Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος εκτιμά ότι γνωρίζει ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα, γεγονός που επιβεβαιώνεται από το επαρκές διάστημα των τριών με πέντε ετών εργασίας (σύμφωνα με την πλειοψηφία πάντα) στο τουριστικό γραφείο.
- ◆ Αυτό που τους βοήθησε περισσότερο να γνωρίσουν την εργασία του τουριστικού πράκτορα είναι η ΕΜΠΕΙΡΙΑ.
- ◆ Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα δεν θα ήθελε να διευρύνει τις ήδη υπάρχουσες γνώσεις που κατέχει στον τουρισμό. Όμως οι περισσότεροι που θα αναζητούσαν περαιτέρω εκπαίδευση ,θα προτιμούσαν να αναβαθμίσουν το πτυχίο τους σπουδάζοντας σε ανώτερη εκπαιδευτική βαθμίδα.
- ◆ Το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων εργάζονται σε ΑΛΛΗ ΜΕΓΑΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ χωρίς να διατηρούν συγγενική σχέση με τον εργοδότη τους και όχι κάποια οικογενειακή μικρή/μεγάλη.
- ◆ Οι περισσότεροι υπάλληλοι ήταν ΠΟΛΥ ευχαριστημένοι από τους ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ τους, ΠΟΛΥ ευχαριστημένοι από τη ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΠΟΛΥ

ευχαριστημένοι από τους ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΥΣ τους και ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ευχαριστημένοι από το ΧΩΡΟ όπου εργάζονται.

- ♦ Οι σχέσεις που διατηρούν οι περισσότεροι με τους συναδέλφους τους είναι ΑΡΚΕΤΑ ΚΑΛΕΣ.
- ♦ Τακτικό είναι το διάστημα που η πλειοψηφία των εργαζομένων δέχεται συμβουλές από συναδέλφους, γεγονός που συμβαδίζει απόλυτα με τις αρκετά καλές σχέσεις που διατηρούν.
- ♦ Στο μέσο όρο της πλειοψηφίας του δείγματος (37% μέσος όρος) δήλωσαν ότι είναι ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένοι με τα ΩΡΑΡΙΑ, ΠΟΛΥ ικανοποιημένοι με τις ΗΜΕΡΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ και ΑΡΚΕΤΑ ικανοποιημένοι με τα ΡΕΠΟ.
- ♦ Η επιβράβευση από τους προϊσταμένους αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα στην ευκολότερη (συνεπώς και αποδοτικότερη) εκτέλεση της εργασίας τους.

Συμπερασματικά, το εκπαιδευτικό και επαγγελματικό προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία έχει μία *σχετικά καλή εικόνα* σε σχέση με την εκπαίδευση που έχουν ήδη λάβει (οι περισσότεροι προέρχονται από τριτοβάθμια ιδρύματα) και τις προθέσεις που δείχνουν να διευρύνουν περαιτέρω τις γνώσεις τους. Αρνητική είναι η εντύπωση για το υψηλό ποσοστό του δείγματος που δεν συμμετείχε σε κάποιο πρόγραμμα εκπαίδευσης προτού προσληφθεί, επομένως και ήταν απροετοίμαστο. **Η εμπειρία** ως καλύτερος τρόπος γνώσης και επαφής με το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα ως δημοφιλέστερη απάντηση ,για το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, ήταν αναμενόμενη. Όσον αφορά στο επαγγελματικό προφίλ των υπαλλήλων τουριστικών γραφείων, είναι ευχάριστο το γεγονός ότι οι περισσότεροι διατηρούν αρκετά καλές σχέσεις με συναδέλφους (ανάπτυξη πνεύματος ομαδικότητας και καλής συνεργασίας). Παρατηρείται υψηλός βαθμός ικανοποίησης για τα ωράρια, ρεπό και ημέρες εργασίας. Ιδιαίτερα σημαντικός ο παράγοντας **«επιβράβευση από τους προϊσταμένους»** ως παράγοντας διευκόλυνσης της εργασίας τους.

Προτάσεις

Οι επιχειρήσεις θα ήταν προτιμότερο να αφιερώνουν χρόνο και χρήμα προκειμένου να εκπαιδευτούν οι υποψήφιοι υπάλληλοί τους, καθώς η εργασία τους θα ήταν αποδοτικότερη λόγω του εμπλουτισμού γνώσεων που θα τους παρείχαν. Επίσης, με αυτό τον τρόπο είναι πιθανότερο να επιτύχουν και τον βασικότερο στόχο τους, που είναι η αύξηση του κέρδους τους. Παρέχοντας σε υπαλλήλους συνεχόμενη εργασία, τους απαλλάσσουν από το εργασιακό αδιέξοδο που επηρεάζει αρνητικά την ψυχολογία τους, καθώς η ανεργία είναι ένας από τους βασικούς κοινωνικούς παράγοντες που έχει άμεση σχέση με παράλογες κοινωνικές συμπεριφορές. Είναι πολύ σημαντικό το περιβάλλον που απασχολούνται οι εργαζόμενοι να χαρακτηρίζεται από καλαίσθητους χώρους και ευγενική συμπεριφορά, γεγονός που αφορά και την αντιμετώπιση που έχουν οι πελάτες της επιχείρησης από τους υπαλλήλους που εξυπηρετούνται. Το πόσο χρόνο εργάζεται ένας υπάλληλος θα πρέπει πάντα να «υπακούει» στο θεσμικό πλαίσιο όπως αυτό έχει διαμορφωθεί και καλό είναι να αποφεύγονται οι υπερωρίες και η στέρηση των ελεύθερων ημερών (ρεπό) διότι επηρεάζουν αρνητικά την εργασιακή απόδοση των εργαζομένων. Τέλος, όσο οι ανώτεροι επιβραβεύουν τους υφισταμένους τους, τόσο καλύτερα θα αποδίδουν οι δεύτεροι. Επομένως, μία καλή κουβέντα και ένα «μπράβο» όχι μόνο δεν κοστίζουν αλλά αποφέρουν και μεγαλύτερα κέρδη.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- ♦ Αιγινήτης Ν. (1978). «Τουριστική Ψυχολογία». Αθήνα: Εκδόσεις INTERBOOKS
- ♦ Βαγιονής Ν. (2002). «Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά». Ημερίδα του Σ.Τ.Ε: «Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα». Ρόδος.
- ♦ Βαρβαρέσος Σ. (1998). «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές: Η Ελληνική Πραγματικότητα». Αθήνα: Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.
- ♦ Βαρβαρέσος Σ. (1999). *Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση*, Εισαγωγή: Ο τόπος υποδοχής των τουριστών – Το κυρίαρχο και το εναλλακτικό μοντέλο των διακοπών, Αθήνα: Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.
- ♦ Βαρβαρέσος Σ. και Σωτηριάδης Μ. (2002). *Καταναλωτική Συμπεριφορά τουριστών: αναγκαιότητα ολοκληρωμένων προσεγγίσεων, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 108-109: 347-390.
- ♦ Ε.Ο.Τ (1999). *Μελέτη market study Ελληνικού Τουρισμού*. Ανάδοχοι: Κοινοπραξία εταιριών Alpha Finance ΑΕ Market Analysis ΕΠΕ Horwarth Hellas ΕΠΕ, ΙΡΚ International (Μόναχο) και THR Assessores en Turismo (Βαρκελώνη), Αθήνα: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.
- ♦ Ευθυμιάτου-Πουλάκου, Α., «Επιτομή Τουριστικού Δικαίου», Αθήνα – Κομοτηνή 2006, εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα
- ♦ Ηγουμενάκης Ν. (1997). «Τουριστική Οικονομία», Αθήνα: Εκδόσεις INTERBOOKS.

- ♦ Παπαγεωργίου, Α. (2007). «Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων: Προγραμματισμός Ταξιδιού». Αθήνα: Εκδόσεις INTERBOOKS
- ♦ Παναγιώτης Παυλόπουλος, καθηγητής, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), «Πηγές προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών: Δυνατότητες και Προοπτικές», Αθήνα 2008
- ♦ Τερζάκης Δ. (1999). *Στατιστική των επιχειρήσεων. Με εφαρμογές στον τομέα του τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις INTERBOOKS.

Ξενογλώσση

- ♦ Laarman, J.G. & Durst, P.B. (1987), *Nature travel and tropical forests. FPEI Working Paper 23. Research Triangle Park, NC: Southeastern Center of Forest Economics Research.*
- ♦ McDougal, G. and Gordon- Munro, H. (1994). Scaling and attitude measurement in travel and tourism research. In B. Ritchie and C. Goeldner (Eds.), *Travel, Tourism and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers* (2nd Ed) (pp. 115-127). John Wiley & Sons, Inc.
- ♦ McIntosh, R.W. & Goeldner, G.R. (1986), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 5th Ed. New York: Wiley.
- ♦ Myrdal, G. (1957), *Economic Theory and Underdeveloped Regions*, London: Methuen
- ♦ Pearce, P.L., Moscardo, G. & Ross, G.F. (1996), *Tourism Community Relationships*, Oxford: Pergamon. στο Ανδριώτης 2003, σελ. 147.

Internet

- ◆ ΔΝΤ, Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, <http://www.imf.org/external/index.htm>
- ◆ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ), <http://www.visitgreece.gr/portal/site/eot/>
- ◆ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ (EUROPEAN UNION) , www.europa.eu
- ◆ Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- ◆ ΗΝΩΜΕΝΑ ΕΘΝΗ (UNITED NATIONS), www.un.org/en/
- ◆ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (Ι.Τ.Ε.Π.), Μελέτη καθηγητή Παναγιώτη Παυλόπουλου, www.itep.gr
- ◆ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Σ.Ε.Τ.Ε.), www.sete.gr
- ◆ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ και ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (Ο.Ε.Ε.Κ.), www.oEEK.gr
- ◆ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ,www.oecd.org/countrieslist
- ◆ Wikipedia, www.wikipedia.org/
- ◆ World Travel and Tourism Council, www.wttc.org/
- ◆ World Tourism Organization (ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ), www.unwto.org/

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ-ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

«Διερεύνηση του εκπαιδευτικού και επαγγελματικού προφίλ των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία»

Φύλο : άνδρας γυναίκα

Ηλικία: 18-24 25-34 35-44 45-54 άνω των 55

Οικ.κατάσταση: Άγαμος Έγγαμος Διαζευγμένος Αριθμ.παιδιών:

Επίπεδο εκπαίδευσης:

α)Απόφοιτος/η Γυμνασίου

β)Απόφοιτος/η Λυκείου

γ)Απόφοιτος/η δημόσιας ή ιδιωτικής σχολής Τουριστικών Επαγγελμάτων

δ)Απόφοιτος τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων (Α.Τ.Ε.Ι.)

ε)Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών

1) Από πότε εργάζεστε σε τουριστικό γραφείο;

α) 0-1 έτος

β) 1-3 έτη

γ) 3-5 έτη

δ) 5-10 έτη

ε) 10-20 έτη

2) Είναι συνεχόμενη η εργασία σας στο τουριστικό γραφείο;

α) Ναι β) Όχι

3) Συμμετείχατε σε κάποιο πρόγραμμα εκπαίδευσης για το συγκεκριμένο αντικείμενο, προτού εργαστείτε ως υπάλληλος τουριστικού γραφείου;

α) Ναι β) Όχι

4) Αν Ναι:

α) Σε ποιο πρόγραμμα;.....

β) Ποιος το χρηματοδότησε;.....

γ) Από πού ενημερωθήκατε;.....

5) Πόσο καλά , εκτιμάτε, ότι γνωρίζετε το αντικείμενο του τουριστικού πράκτορα;

α) Ελάχιστα β) Λίγο γ) Μέτρια δ) Αρκετά ε) Πολύ καλά

6) Τί σας βοήθησε περισσότερο;(αν η απάντηση στην προηγούμενη είναι πάνω από «μέτρια»)

α) Η εκπαίδευση β) Η εμπειρία

7) Θα σας ενδιέφερε να διευρύνετε τις γνώσεις σας στον τουρισμό;

α) Ναι β) Όχι

8) Αν Ναι, παρακαλώ δηλώστε πώς:

α) να ξεκινήσετε συστηματικά την εκπαίδευσή σας σε εγκεκριμένη σχολή της Ελλάδας ή του εξωτερικού;

β) με αναβάθμιση του πτυχίου σας σπουδάζοντας σε ανώτερη βαθμίδα;

γ) με συμμετοχή σας σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα εφόσον πληροίτε τις προϋποθέσεις ;

9) Σε τι είδους επιχείρηση εργάζεστε;

α) Οικογενειακή μικρή

β) Οικογενειακή μεγάλη

γ) Άλλη μεγάλη επιχείρηση

δ) Άλλο

10) Πόσο ευχαριστημένος είστε από το περιβάλλον που εργάζεστε;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Συνάδελφοι					
Διοίκηση					
Προϊστάμενοι					
Χώρος					

11) Πώς θα χαρακτηρίζατε τις σχέσεις μεταξύ σας και των συναδέλφων σας;

Όχι καλές	Λίγο καλές	Καλές	Αρκετά καλές	Άριστες/εξαιρετικές

12) Πόσο συχνά δέχεστε συμβουλές από τους συναδέλφους σας σε θέματα εργασίας;

α) Ποτέ β) Σπάνια γ) Τακτικά δ) Συχνά ε) Καθημερινά

13) Πόσο είστε ικανοποιημένοι από τα ωράρια ,τις ημέρες εργασίας και τα ρεπό;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Ωράρια					
Ημέρες εργασίας					
Ρεπό					

14) Ποιος από τους παρακάτω παράγοντες θα σας διευκόλυναν στην εκτέλεση της εργασίας σας;

α) Η επιβράβευση από τους προϊσταμένους ;

β) Δυνατότητες εκπαίδευσης;

γ) “Κατανόηση” στις προσωπικές δυσκολίες;

δ) Άλλο

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!

Τα τουριστικά γραφεία που συμμετείχαν στην διεξαγωγή της έρευνας είναι τα εξής:

- ◆ Acadimos Holidays, Πανεπιστημίου 56, Κέντρο, 2103805211
- ◆ ALMOS TRAVEL, 3^{ης} Σεπτεμβρίου 99, Κέντρο, 2108812587
- ◆ BALAKAKIS TRAVEL, Βουλής 36, Κέντρο, 2103225612
- ◆ CEL TOURS, Σόλωνος 45, Κέντρο, 2103629082
- ◆ GINIS VACANCES, Ερμού 23-25, Κέντρο, 2103250401
- ◆ NAVIGATOR TRAVEL & TOURIST SERVICES, Ακαδημίας 31 & 32, Κέντρο, 2103609801-3
- ◆ SARRIS TRAVEL AGENCY, Ακαδημίας 71-73, Κέντρο, 2103817026
- ◆ THE BOX TRAVEL, Φιλελλήνων 25, Σύνταγμα, 2113000008
- ◆ Travel Plan, Χρ. Λαδά 3, Κέντρο, 2103333300
- ◆ HERONIA TRAVEL, Φωκίωνος 8 & Ερμού 34, Σύνταγμα, 2103747000