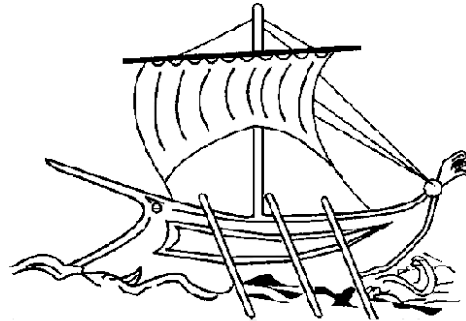


**Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά**

**Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας**

**Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και**

**Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΪΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ

**Πτυχιακή Εργασία**

«Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικού Γραφείου. Μελέτη  
Περίπτωσης Airfasttickets»

«Organization and Operation of a Travel Agency. Case Study  
Airfasttickets»

**Σπουδαστής**

Πέτρος Τζέιμς Ευφραιμίδης

A.M 82

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια**

Δρ. Πολυξένη Μοίρα

# Περιεχόμενα

Ευχαριστίες .....	1
Περίληψη.....	2
Abstract .....	4
Εισαγωγή .....	5
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> - Το Τουριστικό Φαινόμενο .....</b>	<b>7</b>
1.1 Η Έννοια του Τουρισμού .....	7
1.2 Κατηγορίες Τουρισμού.....	9
1.3 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού. ....	10
1.4 Επιρροή της Τεχνολογίας στον Τουρισμό. ....	11
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> - Τα Τουριστικά Γραφεία .....</b>	<b>14</b>
2.1 Η Έννοια του Τουριστικού Γραφείου. ....	14
2.2 Οι Παρεχόμενες υπηρεσίες ενός Τουριστικού Γραφείου.....	14
2.3 Διακρίσεις των Τουριστικών Γραφείων. ....	16
2.4 Προοπτικές των Διαδικτυακών Τουριστικών Γραφείων. ....	19
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> - Διαδικασίες Ίδρυσης ενός Τουριστικού Γραφείου. ....</b>	<b>22</b>
3.1 Τρόποι απόκτησης ενός τουριστικού γραφείου. ....	22
3.2 Ίδρυση ενός υποκαταστήματος (Branch Office).....	23
3.3 Η χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας.....	25
3.4 Ανανέωση ειδικού σήματος για τουριστικό γραφείο και υποκατάστημα. ....	29
3.5 Έλεγχος και εποπτεία τουριστικών γραφείων. ....	30
3.6 Διεθνείς και Εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί. ....	31
<b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> - Χώρος λειτουργίας ενός Τουριστικού Γραφείου.....</b>	<b>34</b>
4.1 Επιλογή κατάλληλου χώρου εγκατάστασης.....	34
4.2 Εσωτερική διακόσμηση του χώρου. ....	35
4.3 Απαραίτητος εξοπλισμός ενός τουριστικού γραφείου. ....	36

4.4 Τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων.....	37
4.5 Κριτήρια επιλογής κατάλληλου συστήματος κρατήσεων. ....	38
4.6 Ειδικός εξοπλισμός έκδοσης-εκτύπωσης ταξιδιωτικών εγγράφων.....	39
<b>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> - Η Οργανωτική δομή ενός Τουριστικού Γραφείου.....</b>	<b>40</b>
5.1 Γενικά.....	40
5.2 Τα τμήματα ενός τουριστικού γραφείου. ....	40
5.3 Τα καθήκοντα των θέσεων εργασίας.....	41
5.4 Η κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού. ....	43
5.5 Η επιλογή κατάλληλου Διευθυντή.....	44
<b>Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> - Η Λειτουργία των Τμημάτων ενός Τουριστικού Γραφείου.....</b>	<b>46</b>
6.1 Γενικά.....	46
6.2 Η λειτουργία του τμήματος Μάρκετινγκ. ....	46
6.3 Η λειτουργία του τμήματος Κρατήσεων.....	47
6.4 Δραστηριότητα του τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων.....	47
6.5 Δραστηριότητα του τμήματος Οργανωμένου Τουρισμού. ....	49
6.6 Λειτουργικότητα του τμήματος Εισερχόμενου Τουρισμού. ....	50
6.7 Λειτουργικότητα του τμήματος Επαγγελματικού Τουρισμού.....	51
<b>Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> - Μελέτη Περίπτωσης AirFastTickets.....</b>	<b>52</b>
7.1 Εισαγωγή. ....	52
7.2 Το Τουριστικό Γραφείο.....	52
7.3 Εταιρική Εικόνα της AirFastTickets. ....	54
7.4 Τμήματα της Εταιρείας. ....	56
7.5 Μέσα Διαφήμισης των Υπηρεσιών. ....	59
7.6 Υπηρεσίες της Εταιρείας.....	60
7.7 Η Ιστοσελίδα.....	67
7.8 Κύκλος Εργασιών της Εταιρείας. ....	70
7.9 Η αρνητική εικόνα της Airfasttickets. ....	71
7.10 Συμπεράσματα.....	72

<b>Βιβλιογραφία.....</b>	<b>74</b>
<b>Ηλεκτρονικές Πηγές.....</b>	<b>76</b>

## Ευχαριστίες.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Μοίρα Πολυξένη, η οποία έδειξε κατανόηση και πρότεινε πολύτιμες συμβουλές για την εκπόνηση της εργασίας μου, καθώς και για την υπομονή της κατά την διάρκεια αυτή. Επιπλέον, θέλω να ευχαριστήσω τους υπαλλήλους της Airfasttickets για την παροχή πολύτιμων πληροφοριών για την συγγραφή της μελέτης περίπτωσης.

## Περίληψη.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως θέμα ανάλυσης την οργάνωση και λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου, αναφερόμενη στο θεωρητικό μέρος αλλά και στο έμπρακτο με την ανάλογη μελέτη περίπτωσης του διαδικτυακού τουριστικού γραφείου ‘AirFastTickets’.

Εξαρχής, αναφορικά στον Τουρισμό, αναλύουμε τι ακριβώς ορίζεται ως έννοια το τουριστικό φαινόμενο από καθηγητές και διάφορους τουριστικούς οργανισμούς, όπου σε γενικές γραμμές ο τουρισμός είναι η διαδικασία που ορίζεται από το ταξίδι και την διαμονή σε χώρους διαφορετικούς από εκείνους που συνηθίζεται ο τουρίστας και το ταξίδι είτε έχει επαγγελματικό χαρακτήρα ή ψυχαγωγικό. Στη συνέχεια αναλύονται οι διάφορες κατηγορίες τουρισμού καθώς και τις ανάλογες επιπτώσεις του τουριστικού φαινομένου στην καθημερινότητα αλλά και οι επιρροές που αποδέχεται από την σημερινή τεχνολογική ανάπτυξη.

Αναφέροντας στους εκπροσώπους της σύνθεσης και προώθησης τουριστικών υπηρεσιών, τα τουριστικά γραφεία αποτελούν την ακρογωνιαίο λίθο της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Διαχωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με την ειδικότητα του γραφείου ή αναλόγως με την εξειδίκευση των τουριστικών γραφείων καθώς και την προοπτική δραστηριοποίησης τουριστικών γραφείων στο Διαδίκτυο. Επιπλέον, τα τουριστικά γραφεία φέρουν την πιστοποίηση του EOT καθώς και περνάνε από έλεγχο από εθνικούς και διεθνούς τουριστικούς οργανισμούς.

Τα μοντέρνα τουριστικά γραφεία έχουν πολλαπλά τμήματα λειτουργίας για την ομαλή λειτουργία ενός γραφείου καθώς και η επάνδρωσή τους από άρτιο εκπαιδευμένο προσωπικό και μια επιτυχημένη διαφημιστική καμπάνια είναι παράγοντες που συνεισφέρουν στην εμπορική επιτυχία ενός τουριστικού γραφείου.

Εντέλει αναλύουμε την AirFastTickets, το επιτυχημένο τουριστικό γραφείο που δραστηριοποιείται στην πώληση υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου, με παράγοντα την αξιοποίηση των κοινωνικών μέσων επικοινωνίας και της άριστης διαφημιστικής καμπάνιας, ενισχύοντας την δημόσια εικόνα της εταιρείας.

Συμπερασματικά, μαθαίνουμε από την μελέτη περίπτωσης της AirFastTickets πώς πρέπει κάθε μοντέρνα τουριστική επιχείρηση να δραστηριοποιείται, με στόχο την ικανοποίηση συνθηκών εργασίας των υπάλληλων αλλά και τις ανάγκες τους καθώς αποτελούν την ακρογωνιαίο λίθο οποιασδήποτε επιχείρησης, αλλά και επικεντρώνοντας στην άμεση εξυπηρέτηση πελατών.

## Abstract.

The following dissertation is focused on analyzing the organization and operation of a typical travel agency, with theoretical references accompanied with a case study on the online travel agency 'AirFastTickets'.

With regard to tourism, we analyze what exactly defines the meaning of the tourism phenomenon with claimed definitions by various tourism organizations and university professors, which in layman terms, tourism is the procedure of taking up a journey and temporary residence in a foreign place for a short period of time. Next we analyze the various categories of tourism as well as the effect of the tourism phenomenon in everyday life, and the influences which it accepts by the current technological advancements.

With reference to the representatives of designing and selling of tourism related services, travel agencies have become the cornerstone of the global tourism industry. Travel agencies are divided into different categories, depending on the specialization of the office, IATA and non IATA agency, or depending on the expertise of the said travel agency such as agencies that focus on alternative and professional tourism as well as the prospects of travel agencies operating via the Internet. In addition, the tourist offices bear the certification of the GNTTO and thoroughly inspected by both national and international tourism organizations.

Modern tourism offices have multiple work sections, for the smooth operation of an office as well as the manning by equally trained personnel and a successful campaign are contributing factors to the commercial success of a tourism office.

Finally, we analyze AirFastTickets, the successful tourism office which is active in selling tourism related services via the Internet by using the beneficial social media and a proper advertising campaign, enhancing the company's public image.

In conclusion, we learn from the AirFastTickets case study how should any modern tourism enterprise to operate, by focusing on satisfying the working conditions of its employees and their needs, as they constitute the cornerstone of any business, but also by focusing on customer support.



## Εισαγωγή.

Το ταξίδι ανέκαθεν αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής του ανθρώπου και όχι αποτέλεσμα εμπορικού προϊόντος. Συγκεκριμένα, από την εποχή των Αρχαίων πολιτισμών, ο άνθρωπος είχε έμφυτη την ανάγκη να ταξιδέψει προς γνωστούς αλλά και άγνωστους προορισμούς με σκοπό να διευρύνει τους ορίζοντες του με το να γνωρίσει ξένους πολιτισμούς με διαφορετική κουλτούρα και τρόπους ζωής. Σταδιακά με την πάροδο των χρόνων, από την εποχή της Αρχαιότητας και του Μεσαίωνα, ο όρος «ταξίδι» διαφοροποιόταν με αποτέλεσμα αντί να έχει καθαρά ψυχαγωγικό χαρακτήρα, απέκτησε εμπορικό και θρησκευτικό χαρακτήρα. Εντούτοις, δημιουργήθηκε η έννοια «Τουρισμός».

Την σήμερα ημέρα ο τουρισμός είναι μια σημαντική δραστηριότητα με μεγάλες οικονομικές επιπτώσεις στην οικονομία της χώρας και αποτελεί βασική δραστηριότητα του σύγχρονου βιομηχανικού πολιτισμού. Η τουριστική βιομηχανία έχει εξελιχτεί σε έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας και σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), το 2013 καταγράφηκαν περίπου 1.087 εκατομμύρια αφίξεις παγκοσμίως ενώ προβλέπει για το 2014 αύξηση περίπου 4.5%, αναδεικνύοντας την τουριστική βιομηχανία ως μία από τις κερδοφόρες ευκαιρίες για οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική ανάπτυξη οποιασδήποτε χώρας. (Media.unwto.org, 2014)

Στην Ελλάδα η τουριστική βιομηχανία αποτελεί κυρία πηγή ανάπτυξης αλλά και εσόδων διότι συνεισφέρει το 16% του ΑΕΠ της χώρας, απασχολώντας περίπου 860.000 εργαζομένους και αντιστοιχεί στο 20% της συνολικής απασχόλησης. (Ελλάδα - Ο αντίκτυπος του Τουρισμού στην Απασχόληση και την Οικονομία, 2006)

Η τουριστική βιομηχανία είναι τεράστια και περιλαμβάνει τμήματα από τα οποία το καθένα έχει το ρόλο του και τι θα προσφέρει στον επισκέπτη, και κατηγοριοποιούνται στα εξής τμήματα:

- Οι μονάδες σίτισης, παραδείγματος χάριν τα εστιατόρια, τα μπαρ, ταβέρνα και άλλα.

- Οι μονάδες καταλυμάτων, όπως είναι τα ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα, ξενώνες και άλλα.
- Τα ταξιδιωτικά γραφεία, όπου ο ταξιδιωτικός πράκτορας καλύπτει τις απορίες του ταξιδιώτη και εκτελεί τις ενέργειες που προηγούνται, δηλαδή η κράτηση ξενοδοχείου, η κράτηση θέσης ενός αεροπλάνου και έκδοση εισιτηρίων.
- Οι μονάδες αναψυχής, το οποίο τμήμα αποτελείται από πάρκα και διαμορφωμένους φυσικούς χώρους για δραστηριότητες όπως κινήγι, σκι, πολιτιστικές εκδηλώσεις και άλλα.
- Διάφορες επιχειρήσεις όπως εστιατόρια που προσφέρουν τοπικά και εθνικά φαγητά, καταστήματα σουβενίρ, καταστήματα που πωλούν τουριστικούς οδηγούς, βιβλία και άλλα.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία θα έχει ως στόχο την ανάλυση του τουριστικού γραφείου, την ίδρυση αλλά την οργάνωση και λειτουργία του γραφείου, τα τμήματα που αποτελούν την επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένου και case study ενός ταξιδιωτικού γραφείου. Τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι βασικοί παράγοντες της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας διότι το τουριστικό γραφείο αποτελεί μέσο διαφήμισης και προώθησης του ταξιδιωτικού προορισμού, επίσης βοηθά τον επισκέπτη να επιλέξει τον κατάλληλο προορισμό ανάλογα τις ανάγκες και την οικονομική δυνατότητα του.

Η εργασία αποτελείται από επτά κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στο Τουριστικό Φαινόμενο καθώς επίσης κατηγορίες τουρισμού και ανάλογες επιπτώσεις του τουρισμού. Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στα Τουριστικά Γραφεία και κατηγορίες τουριστικών γραφείων. Το τρίτο κεφάλαιο εξηγεί τις διαδικασίες ίδρυσης ενός τουριστικού γραφείου και συνοπτική αναφορά σε τουριστικούς οργανισμούς. Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στο χώρο λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, ενώ το πέμπτο κεφάλαιο στην οργανωτική δομή του πρακτορείου. Στο έκτο κεφάλαιο αναφέρεται η λειτουργία τμημάτων του τουριστικού γραφείου, και τέλος στο έβδομο κεφάλαιο αναφέρεται η μελέτη περίπτωσης που πραγματοποιήθηκε.

Η μελέτη περίπτωσης (case study) της πτυχιακής εργασίας θα αναλύσει το online ταξιδιωτικό γραφείο AirFastTickets.

# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> - Το Τουριστικό Φαινόμενο

## 1.1 Η Έννοια του Τουρισμού

Ο Τουρισμός επειδή παρουσιάζεται σε διάφορες μορφές όπως π.χ. θρησκευτικός, χειμερινός, επαγγελματικός, κινήτρων κ.λπ. το καθιστά δύσκολο να του δοθεί ακριβής ορισμός ως έννοια. Ωστόσο, έχουν πραγματοποιηθεί πάρα πολλές προσπάθειες στο παρελθόν για να δοθεί ακριβής ορισμός του Τουρισμού, από τους οποίους ορισμούς μερικοί παρατίθενται στη συνέχεια.

Σύμφωνα με την ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια Wikipedia, ο τουρισμός είναι ένας από τους πιο διαδεδομένους τρόπους ψυχαγωγίας, ειδικά στους Δυτικούς πολιτισμούς, και αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως την Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία και Ιταλία. Μετά την πτώση του Τείχους του Βερολίνου και την επικείμενη μείωση του κόστους ταξιδιού, οι ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπως η Ουγγαρία, Τσεχία, Κροατία, Τουρκία και η Αίγυπτος, προσελκύουν χρόνο με το χρόνο όλο και περισσότερους τουρίστες με πολιτική τις χαμηλές τιμές και την άριστη εξυπηρέτηση.

Το 1941 οι καθηγητές του Πανεπιστημίου της Βέρνης, Krapf και Hunziker, υποστήριξαν πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης και Λύτρας, 1999).

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.) θεωρεί ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993)

Το 1976, ο οργανισμός 'The Tourism Society' της Μεγάλης Βρετανίας όρισε ότι : "Ο τουρισμός είναι η προσωρινή, βραχυπρόθεσμη κίνηση των ανθρώπων προς προορισμούς εκτός των τόπων όπου συνήθως ζουν και εργάζονται και οι δραστηριότητές τους κατά τη διάρκεια της παραμονής σε κάθε προορισμό". (Beaver, 2002)

Γενικότερα, από τους παραπάνω ορισμούς μόνο πέντε χαρακτηριστικά του Τουρισμού μπορούν να εξακριβωθούν ως έννοιες και είναι οι εξής (Athens Tourism, n.d.):

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς καθώς και η διαμονή τους σε αυτούς για τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι προς στο τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των επισκεπτών που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς έχει προσωρινό και βραχυχρόνιο χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα στις επόμενες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Επιπλέον, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρίστα-επισκέπτη ως "άτομο που ταξιδεύει και διαμένει σε τόπους εκτός από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για ψυχαγωγικούς, επαγγελματικούς ή άλλους διάφορους λόγους".( Media.unwto.org, 2007).

## 1.2 Κατηγορίες Τουρισμού.

Στην τουριστική βιομηχανία ο Τουρισμός έχει κατηγοριοποιηθεί σε ξεχωριστές κατηγορίες, ανάλογα τον τύπο τουρισμού και είναι οι εξής (United Nations Statistics Division, 2006):

- Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism): ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism): αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα.
- Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism): ο τουρισμός των ξένων επισκεπτών που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα.
- Διεθνής τουρισμός (international tourism): το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
- Εθνικός τουρισμός: (national tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

Το 1994 τα Ηνωμένα Έθνη και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού καθιέρωσε τρεις βασικές μορφές τουρισμού, οι οποίες διακρίνονται στα εξής (United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization, 1995):

- Εγχώριο τουρισμό, ο οποίος περιλαμβάνει τους κατοίκους της εκάστοτε χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής της χώρας.
- Εισερχόμενο τουρισμό, το οποίο απευθύνεται σε ξένους τουρίστες που επισκέπτονται την αναφερόμενη χώρα-προορισμό
- Εξερχόμενο τουρισμό, όπου οι μόνιμοι κάτοικοι μίας χώρας ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.

### 1.3 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού.

Ο Τουρισμός μπορεί να προσφέρει πολλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Συγκεκριμένα, το πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον που κατέχει η Ελλάδα προσελκύει μεγάλο αριθμό ξένων αλλά και Ελλήνων τουριστών, με αποτέλεσμα να αναπτυχθεί ραγδαία ο μαζικός τουρισμός. Ωστόσο ο μαζικός τουρισμός συνδέεται με θετικές αλλά και με αρνητικές επιπτώσεις που επηρεάζουν σε τοπική κλίμακα την οικονομία, την κοινωνία αλλά και το φυσικό περιβάλλον.

Η θετική επίπτωση του τουρισμού στην οικονομία είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, τόσο μέσω της άμεσης απασχόλησης στον κλάδο του τουρισμού και έμμεσα σε τομείς όπως το λιανικό εμπόριο και τις μεταφορές. Όταν οι τουρίστες-επισκέπτες ξοδεύουν χρήματα σε αγαθά και υπηρεσίες, οδηγεί σε αυτό που είναι γνωστό ως το «πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα», δηλαδή την δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας. Επίσης, η τουριστική βιομηχανία παρέχει ευκαιρίες σε μικρές επιχειρήσεις, το οποίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε αγροτικές κοινότητες, και συνεπώς προσφέρει επιπλέον έσοδα από τη φορολογία, όπως οι φόροι των αεροδρομίων, τα οποία έσοδα μπορούν να αξιοποιηθούν για την ενίσχυση των σχολείων και νοσοκομείων.

Ωστόσο, ο επιτυχής τουρισμός έχει και την αρνητική πλευρά του στην οικονομία. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από τον τουρισμό είναι συχνά εποχιακές και με μειωμένο μισθό συγκριτικά με μόνιμη απασχόληση, επίσης ο τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση τιμών των τοπικών ακινήτων και του κόστους των αγαθών και υπηρεσιών καθώς επίσης η οικονομία επηρεάζεται από γεγονότα όπως η τρομοκρατία, οι φυσικές καταστροφές και την οικονομική ύφεση.

Όσον αφορά την επιρροή στην κοινωνία ο τουρισμός συνεισφέρει στην βελτίωση υποδομών και εγκαταστάσεων όπου θα ωφελήσει την τοπική κοινότητα. Επιπροσθέτως, ο τουρισμός ενθαρρύνει την διατήρηση της παραδοσιακής χειροτεχνίας, τα ήθη και έθιμα της κοινωνίας, των διαφόρων φεστιβάλ. Επίσης ενισχύει τις σχέσεις επισκέπτη και οικοδεσπότη.

Παρότι ο τουρισμός έχει θετικές κοινωνικές επιπτώσεις, υπάρχουν αντιστοίχως και αρνητικές όπως η συμπεριφορά του επισκέπτη μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες στην ποιότητα ζωής της τοπικής κοινότητας. Για παράδειγμα η χρήση ναρκωτικών ουσιών, κατανάλωση αλκοόλ και ο συνωστισμός μπορούν να οδηγήσουν σε αυξημένα επίπεδα εγκληματικότητας. Επιπλέον ο τουρισμός μπορεί ακόμη και να παραβιάσει τα ανθρώπινα δικαιώματα, εξαναγκάζοντας τους ντόπιους να μετακινηθούν από την ιδιοκτησία τους ώστε νέα ξενοδοχεία να εκμεταλλευτούν τις περιοχές.

Ο Τουρισμός συνεισφέρει στην διατήρηση της άγριας ζωής και των φυσικών πόρων, όπως τα τροπικά δάση και κοραλλιογενείς ύφαλοι, όπου σήμερα θεωρούνται σημαντικά περιουσιακά στοιχεία του παγκόσμιου τουρισμού. Επίσης με τη δημιουργία εναλλακτικών πηγών απασχόλησης, ο τουρισμός μειώνει τα προβλήματα, όπως την υπεραλίευση και την αποψίλωση των δασών στις αναπτυσσόμενες χώρες.

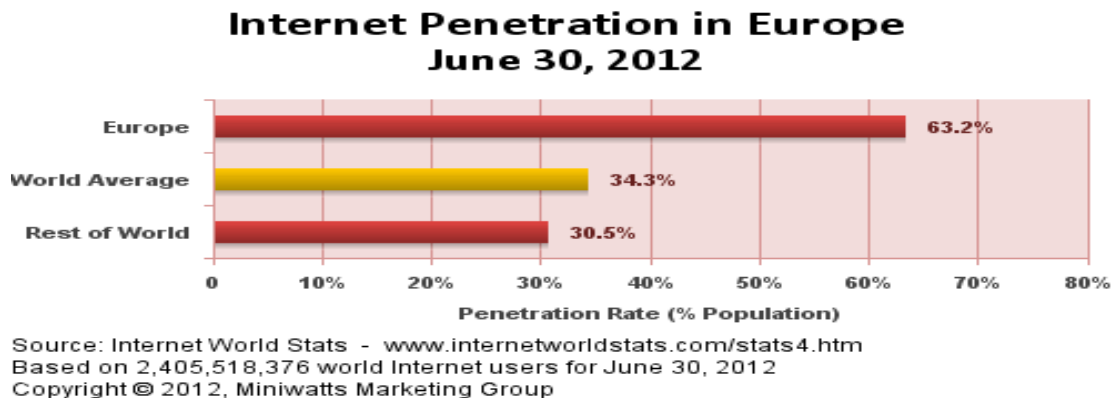
Δυστυχώς ο τουρισμός αποτελεί και απειλή για τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής όπως η ύδρευση, τις παραλίες, τους κοραλλιογενείς υφάλους και χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, διότι γίνεται αλόγιστη κατάχρηση των πόρων αλλά και αυξημένη ρύπανση μέσω σκουπιδιών, την αυξημένη παραγωγή αποβλήτων και του θορύβου. (Barcelona Field Studies Centre, 2013)

#### **1.4 Επιρροή της Τεχνολογίας στον Τουρισμό.**

Οι τεχνολογικές αλλαγές στο πλαίσιο του τουρισμού συνεχίζουν να γίνονται γύρω από διάφορους παράγοντες, από τις προόδους της ιατρικής μέχρι και την καινοτομία του μελλοντικού διαστημικού τουρισμού. Παρόμοια με τον τουρισμό, η τεχνολογία είναι διαρκώς μεταβαλλόμενη, όπου η βελτίωση της επικοινωνίας, των μεταφορών και της ασφάλειας αποτελούν προτεραιότητα. Στη σημερινή κοινωνία, ο καταναλωτής θέλει ευκολότερη, γρηγορότερη και φθηνότερη υπηρεσία και η τεχνολογία έχει βοηθήσει τον τουρισμό να ανταποκριθεί στη ζήτηση των πελατών και με βάση τις ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα, η τουριστική βιομηχανία έχει εστιάσει στο μερίδιο της αγοράς τουριστικών πακέτων μέσω του Διαδικτύου, ευρύτερα γνωστό ως online booking. Το

τουριστικό προϊόν είναι σε μεγάλο βαθμό άυλο και ως εκ τούτου είναι μεταξύ των προϊόντων που έχουν υποστεί επανάσταση στην αγορά μέσω του διαδικτύου (Sheldon, Wöber and Fesenmaier, 2001). Έτσι, μέσω της τεχνολογικής προόδου, οι online κρατήσεις πλέον αποτελούν έναν από τους μεγαλύτερους παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό, την αναψυχή και διασκέδαση στο σημερινό κόσμο.

Σύμφωνα με το Internet World Stats, στις 30 Ιουνίου 2012, το 63% της Ευρώπης και το 30.5% του υπολοίπου παγκόσμιου κόσμου ήταν συνδεδεμένο στο Internet. Στην Ελλάδα, το 53% του Ελληνικού πληθυσμού (δηλαδή εκπροσωπεί 5,706,948 άτομα) ήταν συνδεδεμένο στο Internet. Με τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία αποδεικνύει ότι παγκοσμίως υπήρχαν άτομα συνδεδεμένα στο διαδίκτυο και σε μεγάλο αριθμό μάλιστα, το οποίο μπορεί να εκμεταλλευτεί η τουριστική βιομηχανία. Ακολουθούν και οι στατιστικές που συμμερίστηκε στην ιστοσελίδα της το Internet World Stats. (Internet World Stats, 2013)



Η αρχική διαδικτυακή τεχνολογία ήταν περιορισμένη και δεν μπορούσε να υποστηρίξει σημαντικά χαρακτηριστικά μάρκετινγκ όπως η γραφική αναπαράσταση, βίντεο και φωτογραφιών. Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και την ένταξη πρωτοκόλλων όπως Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP / IP), έφερε την επανάσταση στο διαδικτυακό μάρκετινγκ τουριστικών προϊόντων, δίνοντας την δυνατότητα μετάδοσης διαφημίσεων με γραφικές εικόνες, μουσικά βίντεο και αλλά, με αποτέλεσμα να δίνει μία πιο ακριβής εικόνα των τουριστικών αξιοθέατων του τουριστικού προϊόντος. (Sweeney, 2000).



Τα οφέλη που προσφέρει το Διαδίκτυο, ιδιαίτερα για την τουριστική βιομηχανία, είναι σημαντικά διότι δεν εξαρτώνται από ιδιόκτητα συστήματα πληροφοριών, όπως ήταν στο παρελθόν, επειδή πλέον το Διαδίκτυο είναι μια ευρέως διαθέσιμη τεχνολογία. Σύμφωνα με την Δρ. Asuman Dogac (Semantically Enriched Web Services for the Travel Industry, 2004) το Internet παρέχει πολλά πλεονεκτήματα για την τουριστική βιομηχανία, και είναι τα συγκεκριμένα:

- Πλέον δεν είναι απαραίτητοι οι διακανονισμοί με τους αντίστοιχους προμηθευτές.
- Υπάρχει αυξημένο επίπεδο συνεργασίας μεταξύ των tour operators.
- Η διαδικτυακή υπηρεσία θα προσδιορίσει εναλλακτικές λύσεις.
- Μεγαλύτερη διαπραγμάτευση της αγοραίας υπηρεσίας αλλά και παραμετροποίηση των δραστηριοτήτων που συμπεριλαμβάνονται.
- Υψηλά επίπεδα διαλειτουργικότητας μεταξύ εσωτερικών και εξωτερικών εφαρμογών χωρίς περιορισμούς στην πρόσβαση τους.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> - Τα Τουριστικά Γραφεία

### 2.1 Η Έννοια του Τουριστικού Γραφείου.

Το τουριστικό γραφείο, ανεξάρτητα σε ποια κατηγορία τουρισμού θα εργαστεί, του έχει δοθεί ένας γενικός ορισμός ο οποίος είναι παγκόσμια αναγνωρισμένος. Σύμφωνα με τον Χυτήρη, το τουριστικό γραφείο είναι μία επιχείρηση που αποσκοπεί στην λιανικής πώλησης ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε πελάτες για την κάλυψη αναγκών του ταξιδιού. (Χυτήρης, 1995) Οι αναφερθέντες ενέργειες πράττονται εκ μέρους των προμηθευτών, όπως αεροπορικές εταιρείες και υπηρεσίες είναι οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κρουαζιερόπλοια, ξενοδοχεία, σιδηρόδρομοι, περιηγήσεις σε αξιοθέατα και οργανωμένες διακοπές.

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον νόμο 393/1976, τουριστικό γραφείο ορίζεται ως μία νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση η οποία, με τα μέσα που διαθέτει και των υπηρεσιών που προσφέρει, αναλαμβάνει την μεταφορά, διακίνηση και διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ταξιδιωτών εντός και εκτός της Ελλάδος. (Υπουργείο Τουρισμού, 1976)

### 2.2 Οι Παρεχόμενες υπηρεσίες ενός Τουριστικού Γραφείου.

Ένα τυπικό τουριστικό γραφείο ακολουθεί και προσφέρει ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών, οι οποίες παρουσιάζονται συνοπτικά στην ακόλουθη λίστα (Παπαγεωργίου, 2007):

- Διοργανώνει και εκτελεί προγράμματα εκδρομών εντός και εκτός της Ελλάδος, τα οποία μπορεί να είναι μονοήμερα, πολυήμερα ή ολιγοήμερα, και πραγματοποιούνται με θαλάσσια, χερσαία ή εναέρια μέσα μεταφοράς. Με ευθύνη του τουριστικού γραφείου πραγματοποιείται η οργάνωση και εποπτεία των προγραμμάτων, ενώ σε περίπτωση που τα προγράμματα έχουν γίνει από κάποιο άλλο τουριστικό γραφείο ή tour operator τότε το τουριστικό γραφείο έχει ρόλο μεσάζοντα στην πώληση, και ευθύνη για την πραγματοποίηση των προγραμμάτων ανήκει στον διοργανωτή.
- Μεσολάβηση για την εξασφάλιση ενοικίασης καταλύματος διαμονής, σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.

- Αναλαμβάνει την εξασφάλιση της διατροφής, την ψυχαγωγία και όποιες άλλες δραστηριότητες των πελατών στον τόπο προορισμού, ανάλογα με τις ανάγκες τους.
- Μεσολάβηση για την έκδοση διαβατηρίων και εισιτηρίων κάθε μεταφορικού μέσου.
- Προώθηση και πώληση δικαιωμάτων χρονομεριστικών μισθώσεων (time sharing) σε πελάτες, το οποίο είναι ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος διακοπών.
- Διαμεσολάβηση για την έκδοση ταξιδιωτικής visa.
- Αναλαμβάνει την διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, ημερίδων και άλλων εκδηλώσεων εκ μέρους σωματείων, εταιρειών, συλλόγων, υπουργείων και άλλων οργανώσεων και οργανισμών.
- Μεσολάβηση για την ενοικίαση αυτοκινήτων, αεροσκαφών, σκαφών αναψυχής και άλλων μεταφορικών μέσων.
- Παροχή πληροφοριών για δρομολόγια αφίξεων και αναχωρήσεων, τιμές εισιτηρίων, τρόποι επικοινωνίας, εκδηλώσεις και θεαμάτων ειδικού ενδιαφέροντος που αφορούν τον τόπο προορισμού των πελατών.
- Παρέχει βοήθεια και πληροφορίες για την έκδοση συναλλάγματος, ταξιδιωτικών επιταγών και την έκδοση πιστοποιητικών υγείας ανάλογα με τον τόπο προορισμού.
- Διοργανώνει ταξίδια κινήτρων (incentives), τα οποία προσφέρουν σε διάφορες εταιρείες για τα στελέχη τους με σκοπό την αύξηση παραγωγικότητας ή σε συνεργάτες για προώθηση πωλήσεων τους.
- Διάθεση εντύπων και ταξιδιωτικού υλικού που αφορούν την χώρα που επιθυμεί να επισκεφθεί ο πελάτης.
- Παροχή παράλληλων υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό όπως προώθηση και η προβολή τουριστικών ξενοδοχειακών μονάδων, αποστολή και παραλαβή αποσκευών και η διάθεση εισιτηρίων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων.

### 2.3 Διακρίσεις των Τουριστικών Γραφείων.

Τα τουριστικά γραφεία, παρόλο που το αντικείμενο εργασίας τους είναι κοινός, έχουν διαφορετικές δραστηριότητες και διακρίνονταν στις παρακάτω κατηγορίες:

1. *Βάσει του νόμου 393/1976 διακρίνονται σε:*

- 1) Τουριστικά γραφεία Γενικού Τουρισμού
- 2) Τουριστικά γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού

Τα τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού προσέφεραν ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών προς πελάτες εντός ή και εκτός της ελληνικής επικράτειας, με δικαίωμα να δραστηριοποιηθούν στο τομέα του εξερχόμενου τουρισμού (Outbound Tourism), στον εισερχόμενο (Inbound Tourism), στον επαγγελματικό (Business Tourism) ή οποιοδήποτε άλλον τομέα.

Τα τουριστικά γραφεία εσωτερικού τουρισμού, σύμφωνα με τον νόμο, είχαν περιορισμένες δυνατότητες επειδή προσέφεραν τις υπηρεσίες τους μόνο σε Έλληνες ταξιδιώτες και μόνο εντός της ελληνικής επικράτειας. Οι υπηρεσίες που προσέφεραν τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού και ίσχυαν μόνον εντός της ελληνικής επικράτειας είναι η κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων, η μεσολάβηση της εξασφάλισης διαμονής, διατροφής, μεταφοράς και ψυχαγωγίας των πελατών αλλά και την μεσολάβηση έκδοσης εισιτηρίων. (Ν.393/1976 ΦΕΚ'199)

Το 2011 η παρ. 3 του άρθρου 1 του νόμου που διέκρινε τα τουριστικά γραφεία, ανάλογα με τη χωρική τους αρμοδιότητα, σε τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού και σε τουριστικά γραφεία εσωτερικού τουρισμού καταργήθηκε με Κοινή Υπουργική Απόφαση<sup>1</sup> (Μυλωνόπουλος, 2011, 186-191)

2. *Βάσει δυνατότητας έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων:*

- 1) Τουριστικά γραφεία IATA
- 2) Τουριστικά γραφεία non-IATA

Τα τουριστικά γραφεία IATA είναι γραφεία που εξειδικεύονται στον γενικό τουρισμό, είναι μέλη της Διεθνούς Ενώσεως Αερομεταφορών (International Air Transport Association), ονομάζονται γραφεία IATA Travel Agencies όπου τους χορηγείται κωδικός

---

<sup>1</sup> ΚΥΑ 1597/2011 (ΦΕΚ 108/Β) «Προσαρμογή στις διατάξεις της Οδηγίας 2006/123/ΕΚ», άρθρο 3 παρ. 1.

αριθμός (IATA Agent Code) με τον οποίο έχουν την αποκλειστική δυνατότητα να εκδίδουν αεροπορικά εισιτήρια για πτήσεις εσωτερικού αλλά και για πτήσεις εξωτερικού.

Τα τουριστικά γραφεία non-IATA, τα οποία δεν είναι μέλη της Διεθνούς Ενώσεως Αερομεταφορών, έχουν την περιορισμένη δυνατότητα να εκδίδουν αεροπορικά εισιτήρια για πτήσεις εντός της χώρας. Επιπροσθέτως, για εκδόσεις αεροπορικών εισιτηρίων εξωτερικού θα πρέπει να ζητήσουν να τα εκδώσει γραφείο που είναι μέλος της IATA με μία επιβάρυνση σε χρέωση (transaction fee), το οποίο συμφωνείται μεταξύ των γραφείων.

3. *Σύμφωνα με τη χώρα προέλευσης και προορισμού των ταξιδιωτών:*

- 1) Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού
- 2) Γραφεία Εξερχόμενου Τουρισμού
- 3) Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού

Τουριστικά γραφεία εισερχόμενου τουρισμού (Incoming travel agencies) ειδικεύονται στις μετακινήσεις των τουριστών από το εξωτερικό στον οποίο διαμένουν, προς έναν προορισμό που παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον και είναι ο τόπος στον οποίο εδρεύει το γραφείο.

Τα τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού (Outgoing travel agencies) ειδικεύονται στην μετακίνηση των τουριστών από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους προς το εξωτερικό. Τέλος, γραφεία εσωτερικού τουρισμού (Domestic travel agencies) εξειδικεύονται στην μετακίνηση Ελλήνων επισκεπτών στην ελληνική επικράτεια.

4. *Σύμφωνα με την ειδίκευση των τουριστικών γραφείων:*

- 1) Γραφεία εναλλακτικού τουρισμού
- 2) Γραφεία επαγγελματικού τουρισμού

Τα γραφεία εναλλακτικού τουρισμού (Alternative tourism) επικεντρώνονται στις νέες μορφές τουρισμού που ξεχωρίζουν από το κλασικό πρότυπο τουρισμού. Οι νέες μορφές τουρισμού αποτελούνται από τον αγροτουρισμό, οικοτουρισμό, θρησκευτικό τουρισμό, υποβρύχιο τουρισμό και είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην ελληνική επικράτεια, προσελκύοντας Έλληνες και αλλοδαπούς επισκέπτες.

Τα τουριστικά γραφεία επαγγελματικού τουρισμού εξειδικεύονται σε ειδικές και πολύ απαιτητικές μορφές τουρισμού όπως τα επαγγελματικά ταξίδια (Corporate travel), ο τουρισμός κινήτρων (Incentive travel), τουρισμός εκθέσεων (Fair and Exhibitions Travel) και συνεδριακός τουρισμός (Conference travel). Επειδή είναι απαιτητικές μορφές τουρισμού, τα τουριστικά γραφεία επαγγελματικού τουρισμού επανδρώνονται από πεπειραμένο εξειδικευμένο προσωπικό.

5. Σύμφωνα με την ειδική μορφή των γραφείων:

- 1) Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία
- 2) Τουριστικά γραφεία δικαιόχρησης
- 3) Τουριστικά γραφεία αντιπροσώπευσης – Γενικοί Πράκτορες Πωλήσεων

Τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία, γνωστά ως ΟΤΑ (Online travel agencies) είναι γραφεία που εξειδικεύονται στην μεταπώληση τουριστικών υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου. Συνοπτικά, τα διαδικτυακά γραφεία εκτελούν ρόλο μεσάζοντα μεταξύ των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων (αεροπορικές εταιρείες ξενοδοχεία και άλλα) και των πελατών – ταξιδιωτών, προσφέροντας την κατάλληλη ταξιδιωτική πληροφόρηση, πραγματοποιήσεις κρατήσεων και άλλες υπηρεσίες.

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα franchise.com (Garra, 2013), η δικαιόχρηση (franchising) αποτελεί ένα τρόπο επιχειρηματικής ανάπτυξης μίας επιτυχημένης, γνωστής ή καινοτομικής επιχείρησης, όπου ο δικαιοπάροχος (franchisor) παρέχει τα δικαιώματα στον δικαιοδόχο (franchisee) να ιδρύσει σημείο πώλησης (κατάστημα), στο οποίο χρησιμοποιεί το όνομα του, την τεχνογνωσία του, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του, το σύστημα διακίνησης ειδών, προωθητικές ενέργειες και λοιπά. Στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων ισχύει το ίδιο, δηλαδή δικαιοπάροχος είναι ένα καταξιωμένο τουριστικό γραφείο με κύρος στην αγορά, ενώ ο δικαιοδόχος είναι ένα νέο ή μικρό τουριστικό γραφείο.

Στην τουριστική βιομηχανία, ο προμηθευτής τουριστικών προϊόντων επιλέγει αντιπρόσωπο από ταξιδιωτικό πρακτορείο για την προώθηση και πώληση των προϊόντων του. Οι αντιπρόσωποι, γνωστοί ως πράκτορες πωλήσεων (General Sales agents), εκπροσωπούν κυρίως αεροπορικές εταιρείες, λαμβάνουν προμήθεια για τις παρεχόμενες

υπηρεσίες τους ή ένα προσυμφωνημένο ποσό και χειρίζονται το μάρκετινγκ, τις κρατήσεις και τις εκδόσεις εισιτηρίων. (Παπαγεωργίου, 2007)

#### **2.4 Προοπτικές των Διαδικτυακών Τουριστικών Γραφείων.**

Με την πάροδο των χρόνων, τα ταξιδιωτικά γραφεία συνεχώς βελτίωναν τις υπηρεσίες τους ανάλογα με τις ανάγκες των καταναλωτών. Εντούτοις, με την τεχνολογία του Διαδικτύου να γίνεται προσιτή, η τουριστική βιομηχανία αναπτύχθηκε και προωθεί τα προϊόντα της μέσω των διαδικτυακών τουριστικών γραφείων (Online Travel Agencies). Τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία έχουν εξελιχθεί δραματικά από τότε που ξεκίνησαν το 1998, διεισδύοντας στον τομέα της τεχνολογικής καινοτομίας, της διαχείρισης περιεχομένου, στην εμπειρία αγορών του καταναλωτή αλλά και στην λειτουργική αποδοτικότητα. Επιπλέον, τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία έχουν δείξει μια ανθεκτικότητα κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης. (Understanding Online Travel Agencies' Cost Drivers and Ways to Optimise Business in Europe, 2010).

Στο Διαδίκτυο έχουν αναπτυχθεί δημοφιλείς τουριστικοί ιστότοποι που δέχονται εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Σύμφωνα με τον οδηγό που ανάρτησε η ιστοσελίδα eBizMBA, αξιοποιώντας την τεχνολογία Alexa Global Traffic Rank που υπολογίζει την επισκεψιμότητα ιστοσελίδων, οι διασημότερες τουριστικές ιστοσελίδες ανά μηνιαία επισκεψιμότητα είναι οι εξής (Ebizmba.com, 2014) :

- Booking.com
- TripAdvisor
- Yahoo! Travel
- Expedia
- Priceline
- Hotels
- Travelocity
- Kayak
- Orbitz
- Hotwire
- TravelZoo

- LonelyPlanet
- CheapTickets
- Fodors
- WikiTravel

Οι γνωστές κοινωνικές πλατφόρμες του διαδικτύου όπως το Facebook, Myspace, Twitter, LinkedIn, YouTube και άλλα, αποτελούν ένα από τα κυριότερα σημεία μάρκετινγκ των Online Travel Agencies. Η οργάνωση Chartered Institute of Public Relations (CIPR) ανάρτησε δωρεάν οδηγό για την χρήση του μάρκετινγκ σε κοινωνικές πλατφόρμες, ορίζει τα social media ως “κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης του Διαδικτύου που επιτρέπει στους χρήστες να αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους και να μοιράζονται απόψεις μέσω κοινοτήτων ή δικτύων ενθαρρύνοντας την συμμετοχή” (Chartered Institute of Public Relations, 2013). Μέσω των social media, τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία προωθούν τις υπηρεσίες τους με target-group τους Internet χρήστες, διότι επιτρέπει τη διάδοση των πληροφοριών ταχύτερα από τυπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, την αλληλεπίδραση μεταξύ των πελατών και των επιχειρήσεων μέσω της απευθείας σύνδεσης και την εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες.

Με την τεχνολογική καινοτομία της τελευταίας πενταετίας, έχουν παρουσιαστεί νέα επιτεύγματα όπως τα λεγόμενα *smartphones* και τα *tablets*, η τεχνολογία Internet 3G/4G που χρησιμοποιείται σε δίκτυα κινητής τηλεφωνίας για καλύτερη ποιότητα φωνητικών κλήσεων και μεγαλύτερες ταχύτητες στη διακίνηση δεδομένων, όπου έχουν κυριαρχήσει την αγορά, με αποτέλεσμα να έχει ανθίσει η ανάπτυξη εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα αλλά και οι προοπτικές των online travel agencies να είναι θετικές για το μέλλον. Υπάρχει ένα μεγάλο εύρος εφαρμογών που έχουν άμεση σχέση με την τουριστική βιομηχανία, οι οποίες εφαρμογές δίνουν την δυνατότητα στον καταναλωτή την αγορά αεροπορικών εισιτηρίων, κρατήσεις σε ξενοδοχεία ή άλλες τουριστικές υπηρεσίες. Έτσι παρέχουν στο μερίδιο τουριστών που χρησιμοποιεί εφαρμογές σε smartphones και tablets την άνεση της αγοράς τουριστικών υπηρεσιών, όπου και να βρίσκονται οι καταναλωτές.

Η τουριστική βιομηχανία γίνεται όλο και πιο ανταγωνιστική, και τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία βρίσκονται αντιμέτωπα με την ανάγκη να έχουν τις δικές του εφαρμογές για smartphones και tablets ώστε να επικοινωνούν αποτελεσματικά με τους



πελάτες τους για ενημέρωση προσφορών, πωλήσεις πακέτων περιηγήσεων και εκδρομών αλλά γενικά την προβολή τους στο καταναλωτικό κοινό. Οι εφαρμογές έχουν διάφορα πλεονεκτήματα για τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία αλλά και για πελάτες, τα οποία είναι τα εξής:

- Ευκολότερη διαδικασία κρατήσεων, κάνοντας ευκολότερη και γρηγορότερη την διαδικασία κράτησης επειδή οι εφαρμογές έχουν την δυνατότητα αποθήκευσης τις πληροφορίες του πελάτη για μελλοντικές κρατήσεις.
- Η πρόσβαση σε εκπτώσεις, όπου μέσω των εφαρμογών τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να προωθήσουν ειδοποιήσεις στα smartphones πελατών για ειδικές προσφορές και εκπτώσεις αντί να γίνονται οι ειδοποιήσεις μόνο από email.
- Βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών, το οποίο πραγματοποιείται όταν οι πελάτες, μέσω εφαρμογών, να έχουν άμεση επαφή με τα τουριστικά γραφεία για οποιαδήποτε επίλυση θεμάτων.
- Λεπτομερείς τοπικές πληροφορίες του τουριστικού προορισμού του επισκέπτη, η οποία εφαρμογή έχει την δυνατότητα να παρέχει στον πελάτη πληροφορίες από τοπικά εστιατόρια, ξενοδοχεία, χάρτες της τοπικής συγκοινωνίας αλλά και τηλέφωνα έκτακτης ανάγκης. (Elinext.com, 2012)

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> - Διαδικασίες Ίδρυσης ενός Τουριστικού Γραφείου.

### 3.1 Τρόποι απόκτησης ενός τουριστικού γραφείου.

Υπάρχουν τρεις τρόποι για να μπορεί κανείς να γίνει ιδιοκτήτης ενός τουριστικού γραφείου (Χυτήρης, 1995):

- Να ιδρύσει ένα νέο τουριστικό γραφείο.
- Να αγοράσει ένα υπάρχον τουριστικό γραφείο.
- Να αποκτήσει το δικαίωμα χρήσης εμπορικής επωνυμίας.

Για να βρεθεί ο καταλληλότερος τρόπος απόκτησης ενός τουριστικού γραφείου θα διερευνηθούν παρακάτω τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα κάθε δυνατότητας.

1. Να ιδρύσει ένα νέο τουριστικό γραφείο ο ιδιοκτήτης σημαίνει η δημιουργία μιας φρέσκιας επιχείρησης μέσα σε μια αγορά με εδραιωμένα τουριστικά γραφεία. Με αυτό το τρόπο, νέα τουριστικά γραφεία δεν έχουν κέρδη τον πρώτο χρόνο ίδρυσης όπως και με άλλες νέες επιχειρήσεις όπου τα λογιστικά βιβλία δεν έχουν καταχωρίσει εσόδων μέχρι και το τρίτο χρόνο λειτουργίας τους. Σημαντικό στοιχείο είναι αν γνωρίζει το κεφάλαιο που θα επενδύσει ο ιδρυτής για την κάλυψη εξόδων αλλά και το χρόνο που χρειάζεται η νεοσύστατη επιχείρηση για να αποσβέσει τα έξοδα.
2. Η αγορά ενός υπάρχον τουριστικού γραφείου έχει μικρότερο ρίσκο από την ίδρυση νέου τουριστικού γραφείου επειδή το υπάρχον τουριστικό γραφείο είναι ήδη εδραιωμένο στην αγορά, βρίσκεται σε δοκιμασμένη θέση και έχει εξασφαλίσει σταθερό πελατολόγιο, έχει πεπειραμένο προσωπικό που διευρύνει την πελατεία και με ικανοποιητικό αριθμό εργασιών. Εντούτοις υπάρχουν και αρνητικοί παράγοντες που μπορούν να αποτρέψουν την αγορά τουριστικού γραφείου όπως το γεγονός ότι η επιχείρηση να έχει σοβαρές οικονομικές οφειλές σε προμηθευτές ή φορείς, ο ιδιοκτήτης της υποψήφιας επιχείρησης να φέρει αρνητική φήμη στην αγορά και θα πρέπει ο αγοραστής να ξεπεράσει τις προκαταλήψεις προηγούμενων πελατών, η αγορά μιας υπάρχουσας επιχείρησης

να ξεπερνά το αρχικό κεφάλαιο και να σύμφερε περισσότερο η ίδρυση νέας επιχείρησης και η πιθανότητα να έχουν παραιτηθεί βασικά στελέχη από το τουριστικό γραφείο.

3. Η απόκτηση του δικαιώματος της χρήσης εμπορικής επωνυμίας, όπου έχουν γίνει πολλές απόπειρες στον τουριστικό κλάδο αλλά αποτυγχάνουν επειδή η εκχωρούσα εταιρεία είχε ανεπαρκής γνώσεις για τουριστικές εργασίες ή δεν τηρήθηκαν όποιες υποσχέσεις που είχαν δοθεί. Ο υποψήφιος αγοραστής δικαιώματος χρήσης της εμπορικής επωνυμίας θα πρέπει να διερευνήσει εξονυχιστικά τις υπηρεσίες αλλά και τις υποσχέσεις της εκχωρούσας εταιρείας, την εδραιωμένη φήμη της στην αγορά, καθώς και τους όρους που υποχρεούται να τηρήσει ο αγοραστής. Συνοπτικά, η αγορά ενός τουριστικού γραφείου αποτελεί πολύπλοκη διαδικασία και ο υποψήφιος αγοραστής πρέπει να ζυγίσει τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, να πραγματοποιήσει μια έρευνα αγοράς της τουριστικής ζήτησης ώστε να εξετάσει αν η κίνηση θα του αποφέρει κέρδη μακροπρόθεσμα.

Έπειτα ο τουριστικός πράκτορας, ανάλογα με ποιο τρόπο έχει επιλέξει να γίνει ιδιοκτήτης τουριστικού γραφείου, θα πρέπει να αναζητήσει κεφάλαιο για την επικείμενη επένδυση όπως πχ τραπεζικό δάνειο ή πρόγραμμα επιδότησης από κρατικό φορέα.

### **3.2 Ίδρυση ενός υποκαταστήματος (Branch Office).**

Ο ιδιοκτήτης ενός τουριστικού γραφείου μπορεί να ιδρύσει, με έγκριση του ΕΟΤ, υποκατάστημα του γραφείου (Branch Office) σε οποιοδήποτε μέρος εντός της ελληνικής επικράτειας καθορίζοντας τον ιδιοκτήτη ως υπεύθυνο του υποκαταστήματος και διαθέτοντας πλήρη κυριότητα και διαχείριση του γραφείου. Ωστόσο το υποκατάστημα δεν μπορεί να αποτελέσει την έδρα του τουριστικού γραφείου (Head Office) και πρέπει να οριστεί νέος υπεύθυνος που θα διοικήσει το υποκατάστημα. Σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου 393/76, ν.2160/93 και ν.3498/2006 (Υπουργείο Τουρισμού, 1976), η ίδρυση ενός υποκαταστήματος πραγματοποιείται με απόφαση της Περιφερειακής Υπηρεσίας Τουρισμού του ΕΟΤ με την προσκόμιση των κάτωθι δικαιολογητικών:

- Αίτηση στην οποία αναφέρεται ο τόπος ίδρυσης του υποκαταστήματος και τον υπεύθυνο του.
- Βεβαίωση της Διεύθυνσης Τουρισμού Περιφέρειας ότι διαθέτει πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση με εμβαδόν τουλάχιστον 20 τ.μ.
- Διπλότυπο εισπράξεως Δημοσίου Ταμείου ποσού € 29,35 τέλη χαρτοσήμου (συν 20% υπέρ ΟΓΑ).
- Παράβολο υπέρ Δημοσίου ποσού € 73,37 (ΚΩΔ. 3741).
- Παράβολο υπέρ ΕΟΤ ποσού € 73,37.
- Παράβολο υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ ποσού € 29,35.

Επιπλέον, θα πρέπει να τηρηθούν κάποιες προϋποθέσεις για την ίδρυση του υποκαταστήματος τουριστικού γραφείου (Παπαγεωργίου, 2007), δηλαδή εάν το άτομο που θα αναλάβει υπευθυνότητα του υποκαταστήματος τυχόν και παραβιάσει τις διατάξεις των νόμων που αφορά την ίδρυση και λειτουργία, την ευθύνη έχει ο κάτοχος του ειδικού σήματος λειτουργίας του τουριστικού γραφείου. Επίσης, ο υπεύθυνος του υποκαταστήματος πρέπει να διαθέτει πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση που ισχύει και στο κεντρικό κατάστημα (Head Office) όπως και απαγορεύεται η συστέγαση του υποκαταστήματος με άλλες επιχειρήσεις που δεν έχουν σχέση με παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον, για να ορισθεί υπεύθυνος του υποκαταστήματος θα πρέπει να γίνει υποβολή των κάτωθι δικαιολογητικών (Thessaloniki-tours.gr, 2012):

- Υπεύθυνη δήλωση του Ν.1599/86 με την οποία θα δηλώνει ότι δέχεται να ορισθεί υπεύθυνος του υποκαταστήματος, ότι θα είναι αποκλειστικής απασχόλησης και δεν εργάζεται ως ξεναγός ή οδηγός ΔΧΤΛ (Δημόσιας Χρήσης Τουριστικών Λεωφορείων)
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας.
- Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι:
  - 1) δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.
  - 2) δεν βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική συμπαράσταση.
- Αντίγραφο Ποινικού Μητρώου Γενικής Χρήσης
- Επικυρωμένο αντίγραφο απολυτηρίου Γυμνασίου ή Γ' Λυκείου ή ίσης Σχολής της Ελλάδος ή του Εξωτερικού.

- Επικυρωμένο αντίγραφο τίτλου γνώσεως ξένης γλώσσας.

### 3.3 Η χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας.

Ο τουριστικός πράκτορας που θα επιλέξει τον κατάλληλο τρόπο απόκτησης τουριστικού γραφείου ανάλογα με το κεφάλαιο που διαθέτει, θα πρέπει να αποκτήσει το ειδικό σήμα λειτουργίας που θα του επιτραπεί η λειτουργία του τουριστικού γραφείου. Το ειδικό σήμα λειτουργίας χορηγείται από την Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού του ΕΟΤ, στην οποία ανήκει το τουριστικό γραφείο, σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα με ελληνική υπηκοότητα μετά από απόφαση του Γενικού Γραμματέα.

Για την χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας, το άτομο που το αιτείται θα πρέπει να πληροί συγκεκριμένες προϋποθέσεις αλλά και την υποβολή των αντίστοιχων δικαιολογητικών. Σύμφωνα με το Π.Δ 288/91 στην τροποποίηση του Ν 393/76 οι προϋποθέσεις του ενδιαφερόμενου είναι οι εξής :

- 1) Είναι ικανός προς δικαιοπραξία.
- 2) Να μην έχει καταδικαστεί σε ποινή φυλάκισης πέρα των τριών μηνών για κλοπή, απάτη, πλαστογραφία, λαθρεμπορία, χρήση και εμπορία ναρκωτικών, εγκλήματα κατά των ηθών ή παραβίαση της νομοθεσίας περί προστασίας του εθνικού νομίσματος
- 3) Είναι κάτοχος απολυτηρίου Λυκείου ή Γυμνασίου ή αναγνωρισμένης ισότιμης Σχολής του εξωτερικού. Εάν ο ενδιαφερόμενος δεν είναι κάτοχος απολυτηρίου Λυκείου, οφείλει να προσκομίσει βεβαίωση της αρμόδιας αρχής ή οργανισμού της χώρας του με την οποία να πιστοποιείται ότι άσκησε την δεδομένη δραστηριότητα:
  - είτε επί έξι συνεχή έτη με την ιδιότητα του ανεξάρτητου επαγγελματία ή διευθυντή της επιχειρήσεως.
  - είτε επί τρία συνεχή έτη με την ιδιότητα ανεξάρτητου επαγγελματία ή διευθυντή επιχείρησης, όταν μπορεί να αποδείξει για την δραστηριότητα αυτή προηγούμενη κατάρτιση τουλάχιστον τριών ετών. Η κατάρτιση αυτή θα πρέπει να βεβαιώνεται με πιστοποιητικό από αρμόδιο επαγγελματικό οργανισμό.

- είτε επί τέσσερα συνεχή έτη με την ιδιότητα του ανεξάρτητου επαγγελματία ή διευθυντή επιχειρήσεως όταν μπορεί να αποδείξει προηγούμενη σχετική κατάρτιση τουλάχιστον δύο χρόνων με τους τρόπους που προαναφέρθηκαν.
  - είτε επί τρία συνεχή έτη με την ιδιότητα ανεξάρτητου επαγγελματία ή διευθυντή επιχειρήσεως όταν μπορεί να αποδείξει ότι άσκησε την δραστηριότητα αυτή ως υπάλληλος για πέντε τουλάχιστον έτη.
  - είτε επί πέντε συνεχή έτη με την ιδιότητα του υπαλλήλου όταν μπορεί να αποδείξει προηγούμενη κατάρτιση τουλάχιστον τριών ετών.
  - είτε επί έξι συνεχή έτη με την ιδιότητα του υπαλλήλου για την οποία μπορεί να αποδείξει προηγούμενη κατάρτιση. Στις περιπτώσεις α, β, γ και δ θεωρείται ότι ασκεί σχετική δραστηριότητα διευθυντή επιχείρησης κάθε πρόσωπο που έχει ασκήσει σε κατάσταση του αντίστοιχου επαγγελματικού κλάδου:
  - είτε τα καθήκοντα προϊσταμένου επιχείρησης.
  - είτε τα καθήκοντα του αναπληρωτή του επιχειρηματία ή του προϊσταμένου της επιχειρήσεως ή του προϊσταμένου υποκαταστήματος μόνον εάν τα καθήκοντα αυτά συνεπάγονται σε ευθύνη αντίστοιχη με την ευθύνη του προϊσταμένου ή του επιχειρηματία που αντιπροσωπεύονται.
  - είτε τα καθήκοντα ανωτέρου στελέχους επιφορτισμένου με εμπορικής φύσεως αρμοδιότητες και υπευθύνου τουλάχιστον ενός τμήματος της επιχειρήσεως. Η απόδειξη ότι πληρούνται οι παραπάνω όροι πρέπει να προκύπτει από βεβαίωση που έχει εκδώσει η αρμόδια πηγή ή οργανισμός της χώρας προέλευσης. Την βεβαίωση αυτή πρέπει ο ενδιαφερόμενος να υποβάλει, για να υποστηρίξει την αίτησή του για χορήγηση άδειας, για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων αυτών στην Ελλάδα.
- 4) Να κατέχει επαρκή γνώση της Ελληνικής γλώσσας και μιας τουλάχιστον από τις γλώσσες των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
  - 5) Να μην έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.
  - 6) Ο ενδιαφερόμενος και ο υπεύθυνος του γραφείου είναι υποχρεωτικά ασφαλισμένοι στο ΤΑΝΠΥ (Ταμείο Ασφάλισης Ναυτιλιακών Πρακτόρων και Υπαλλήλων).

- 7) Να διαθέτει ο ενδιαφερόμενος πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση εμβαδού τουλάχιστον 20 τ.μ. οι οποίες διαστάσεις αποδεικνύονται με βεβαίωση της τοπικής Αστυνομικής Αρχής. (Μυλωνόπουλος, 2011:188)

Οι παραπάνω προϋποθέσεις πρέπει να αποδεικνύονται, σύμφωνα με το Π.Δ 288/91 με τα αντίστοιχα παρακάτω δικαιολογητικά:

- Πιστοποιητικό γεννήσεως
- Πιστοποιητικού του Γραμματέως Πρωτοδικών, από το οποίο προκύπτει ότι ο αιτών δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση. Σε περίπτωση που το πρόσωπο προέρχεται από άλλη χώρα, μπορεί να προσκομίσει ισότιμο πιστοποιητικό από αρμόδια δικαστική ή διοικητική αρχή της χώρας προέλευσης ή καταγωγής του ενδιαφερόμενου.
- Πιστοποιητικό ποινικού μητρώου.
- Επικυρωμένο αντίγραφο τίτλου σπουδών.

Εφόσον πληροί όλες τις αναφερθέντες προϋποθέσεις ο ενδιαφερόμενος, θα πρέπει να υποβάλει τα εξής δικαιολογητικά για την χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας σε φυσικό πρόσωπο (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, n.d.):

- Αίτηση του επιχειρηματία για χορήγηση του ειδικού σήματος και έγκριση του διακριτικού τίτλου της επιχείρησης ως και για τον έλεγχο της γραφειακής εγκατάστασης.
- Φωτοτυπία της αστυνομικής του ταυτότητας.
- Υπεύθυνη δήλωση της παραγράφου 2 του άρθρου 3 του Ν.2160/93.
- Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι ο επιχειρηματίας:

  - Δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.
  - Δεν βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική συμπαράσταση.
  - Αντίγραφο Ποινικού Μητρώου Γενικής Χρήσεως.
  - Επικυρωμένο αντίγραφο απολυτηρίου Λυκείου ή άλλης ισότιμης Σχολής της Ελλάδος ή του Εξωτερικού.

- Επικυρωμένο αντίγραφο τίτλου σπουδών ξένης γλώσσας χώρας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Διπλότυπο εισπραξης από Δ.Ο.Υ. για τέλη χαρτοσήμου ποσού € 29,35 συν 20% υπέρ ΟΓΑ.
- Παράβολο υπέρ Δημοσίου του ποσού € 146,73 πληρωτέο στο Δημόσιο Ταμείο.
- Παράβολο υπέρ ΕΟΤ του ποσού € 146,73.
- Παράβολο υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ του ποσού € 58,69.
- Εγγυητική Επιστολή Τράπεζας ή του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων, ποσού €11.738,81 για Γραφεία Γενικού Τουρισμού και ποσού €5869,41 για Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού.
- Αποδεικτικό έναρξης επιτηδεύματος του αιτουμένου και φορολογική ενημερότητα στην οποία θα αναφέρεται η έδρα του τουριστικού γραφείου.

Στην περίπτωση που είναι νομικό πρόσωπό που εκμεταλλεύεται το τουριστικό γραφείο, το ειδικό σήμα λειτουργίας εκδίδεται στο όνομα του νομικού προσώπου. Η αίτηση για την χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας, η υπεύθυνη δήλωση της παραγράφου 2 του άρθρου 3 του Ν.2160/93 καθώς και τα υπ' αριθμ. 3, 4 και 5 δικαιολογητικά της προηγούμενης παραγράφου 1, υποβάλλονται από τον διαχειριστή ή τους διαχειριστές της εταιρείας, όταν πρόκειται για ΟΕ, ΕΕ και ΕΠΕ, ενώ όταν πρόκειται για Ανώνυμες Εταιρείες από τους νόμιμους εκπροσώπους τους, που έχουν οριστεί από το Δ.Σ. αυτών. Επιπλέον, συνυποβάλλεται και επίσημο αντίγραφο σχετικού πρακτικού συνεδρίασης του Δ.Σ. περί συγκρότησης σε σώμα και εκπροσώπησης της Α.Ε., καθώς και τα αντίστοιχα ΦΕΚ ή ΤΑΠΠΕΤ. Τα υπ' αριθμ 6 και 7 δικαιολογητικά υποβάλλονται για τον ορισμό του υπεύθυνου του Γραφείου (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, n.d.). Επιπροσθέτως, πρέπει να γίνει η κατάθεση των εξής δικαιολογητικών:

- Το αρχικό καταστατικό της εταιρίας με τις τυχόν τροποποιήσεις του.
- Για Ανώνυμες Εταιρείες και Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης τα αντίστοιχα Φύλλα Εφημερίδας Κυβερνήσεως, στα οποία έχουν δημοσιευτεί τα καταστατικά τους.



- Πιστοποιητικό Εταιρικών Μεταβολών που εκδίδεται για τις ΕΠΕ, ΟΕ και ΕΕ από το Πρωτοδικείο και για τις ΑΕ από την Υπηρεσία Εμπορίου της Οικείας Νομαρχίας.
- Βεβαίωση Γραμματέα Πρωτοδικών, από την οποία να φαίνεται ότι το νομικό πρόσωπο δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.
- Όσες εταιρείες έχουν την έδρα τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, και αιτούνται Ειδικό Σήμα λειτουργίας Γραφείου Γενικού Τουρισμού υποχρεούνται να ορίσουν τον εκπρόσωπό τους με ειδικό πληρεξούσιο υποβάλλοντας τα υπ' αριθμ. 3,4 και 5.

### **3.4 Ανανέωση ειδικού σήματος για τουριστικό γραφείο και υποκατάστημα.**

Στην περίπτωση της ανανέωσης του ειδικού σήματος λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου, χρειάζονται τα εξής δικαιολογητικά (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, n.d.):

- Εγγυητική επιστολή υπέρ ΕΟΤ ύψους €11.738,81 πενταετούς διάρκειας. Στην περίπτωση νομικού προσώπου, γίνεται παράταση της ήδη κατατεθειμένης στον ΕΟΤ εγγυητικής επιστολής στην οποία θα αναφέρεται ότι η εν λόγω παράταση ισχύει για άλλα πέντε (5) χρόνια και ένα (1) εξάμηνο μετά την ημερομηνία ανάκλησης του ειδικού σήματος λειτουργίας του τουριστικού γραφείου. Η εγγυητική επιστολή εκδίδεται υπέρ του ΕΟΤ.
- Αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας στο όνομα του νομικού προσώπου που έχει εκδοθεί το ειδικό σήμα λειτουργίας.
- Βεβαίωση του Γραμματέα Πρωτοδικών από την οποία να φαίνεται ότι η εταιρία δεν έχει κηρυχτεί σε πτώχευση.
- Πιστοποιητικό Εταιρικών μεταβολών που εκδίδεται για τις ΕΠΕ, Ο.Ε και Ε.Ε από το Πρωτοδικείο και για τις Α.Ε από την υπηρεσία Εμπορίου της οικείας νομαρχίας, καθώς και όλες τις τροποποιήσεις του καταστατικού και τα αντίστοιχα ΦΕΚ που αναφέρονται στο παραπάνω πιστοποιητικό.
- Στο όνομα του νομικού προσώπου, τριπλότυπο Δημοσίου Ταμείου για τέλη χαρτοσήμου €29,35 σε ΔΟΥ.
- Παράβολο υπέρ Ελληνικού Δημοσίου €150,00.

- Παράβολο υπέρ ΕΟΤ €150,00.
- Παράβολο υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ €60,00.

Στην περίπτωση ανανέωσης ειδικού σήματος λειτουργίας για υποκατάστημα τουριστικού γραφείου, χρειάζονται τα εξής δικαιολογητικά (Παπαγεωργίου, 2007):

- Υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/86 του διαχειριστή ή του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας στην οποία να δηλώνεται ότι το υποκατάστημα εξακολουθεί να στεγάζεται στην διεύθυνση που αναγράφεται στο χορηγημένο ειδικό σήμα λειτουργίας.
- Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών στο οποίο θα αναφέρεται ότι ο υπεύθυνος του υποκαταστήματος δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση και δεν έχει τεθεί σε δικαστική συμπαράσταση.
- Αντίγραφο ποινικού μητρώου Γενικής Χρήσης του υπευθύνου του υποκαταστήματος.
- Παράβολο € 30,00 συν χαρτόσημο υπέρ ΟΓΑ.
- Παράβολο € 150, 00 υπέρ Δημοσίου και ΕΟΤ.
- Παράβολο €30,00 υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ.

### **3.5 Έλεγχος και εποπτεία τουριστικών γραφείων.**

Σύμφωνα με το Νόμο, ο έλεγχος και η εποπτεία των τουριστικών γραφείων πραγματοποιείται από την Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού του ΕΟΤ στην οποία ανήκει το τουριστικό γραφείο και από την Τουριστική Αστυνομία με την παραγγελία του ΕΟΤ. Ο έλεγχος γίνεται από υπαλλήλους του ΕΟΤ και επικεντρώνεται στην ορθή εκτέλεση υποχρεώσεων του γραφείου στους πελάτες του, την τυχόν εκμετάλλευση πελατών πχ παραπάνω χρέωση αντιτίμου της τουριστικής υπηρεσίας που πρόσφερε και, τέλος, αν έχουν τηρηθεί οι νομοθετικές διατάξεις. Επιπλέον, τον οικονομικό έλεγχο του τουριστικού γραφείου αναλαμβάνει η αρμόδια ΔΟΥ στην οποία ανήκει το γραφείο.

Σε περίπτωση που το τουριστικό γραφείο παραβίασε τις νομοθετικές διατάξεις περί ιδρύσεως τουριστικού γραφείου, τότε σύμφωνα με το νόμο 393/76 άρθρο 11, επιβάλλονται κυρώσεις από τον ΕΟΤ και είναι οι εξής (Μυλωνόπουλος, 2011:190):

- Επίπληξη.
- Πρόστιμο από €29,35 έως €880,40 σε €500,00 έως €5.000,00 υπέρ του ΕΟΤ.
- Προσωρινή αφαίρεση-του ειδικού σήματος λειτουργίας μέχρι έξι (6) μηνών και αφού έχουν επιβληθεί τουλάχιστον τρεις ποινές προστίμου εντός του ίδιου έτους. Η ποινή προσωρινής αφαίρεσης της αδειας εκτελείται δύο μήνες αφού εκδοθεί η απόφαση.
- Ανάκληση του ειδικού σήματος λειτουργίας εφόσον έχει επιβληθεί δύο φορές μέσα στην προηγούμενη διετία η προηγούμενη ποινή.

### 3.6 Διεθνείς και Εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί.

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία βασίζεται σε διεθνείς αλλά και εθνικούς τουριστικούς οργανισμούς λόγω της συνεισφοράς τους στην προώθηση υπεύθυνου, βιώσιμου, και παγκόσμια προσβάσιμου τουρισμού. Συγκεκριμένα, οι σημαντικότεροι διεθνείς τουριστικοί φορείς είναι οι εξής:

- U.N.W.T.O (United Nations World Tourism Organization), γνωστός στα ελληνικά ως Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ), είναι πλέον ο διεθνής τουριστικός οργανισμός που παίζει τον σημαντικότερο ρόλο στο τουρισμό με σκοπό την προώθηση του τουρισμού ως οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης μιας χώρας. Το 1974 ιδρύθηκε και εκκίνησε η λειτουργία του με γνώμονα τα ιδεώδη του *IUOTO (International Union of Official Travel Organizations)* (World Tourism Organization UNWTO, 2013)
- I.A.T.A. (International Air Transportation Association), ιδρύθηκε το 1945 στην Κούβα μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, με σκοπό την ομοιομορφία και τήρηση τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων αλλά και τον υγιή ανταγωνισμό μεταξύ αεροπορικών εταιρειών. (Iata.org, n.d.)
- U.F.T.A.A (United Federation of Travel Agents Association), ιδρύθηκε το 1966 στη Ρώμη, και εκπροσωπεί τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και την τουριστική βιομηχανία. (Uftaa.org, 2011)
- E.C.T.A.A (European Community Travel Agents Association), ιδρύθηκε το 1961 στη Γερμανία και αποσκοπεί στην προώθηση των συμφερόντων της τουριστικής

βιομηχανίας αλλά και τα συμφέροντα των ταξιδιωτικών πρακτόρων. (Ectaa.org, 2013)

Οι εθνικοί τουριστικοί φορείς είναι διαφορετικοί από χώρα σε χώρα, αλλά στην προκειμένη περίπτωση θα αναφερθούμε στους εθνικούς φορείς της Ελλάδας και είναι οι εξής:

- Ε.Ο.Τ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού), ιδρύθηκε με το Ν4377/1929. Αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουρισμού. Αποστολή του ΕΟΤ είναι η οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα με την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων της χώρας, ακολουθώντας δράσεις τουριστικής προβολής της Ελλάδας στο εσωτερικό της χώρας αλλά και στο εξωτερικό. (Μυλωνόπουλος, 2011:53)
- Σ.Ε.Τ.Ε (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων), ιδρύθηκε το 1991, και εκπροσωπεί τις ελληνικές κλαδικές ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων καθώς και μεμονωμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ευρύτερα στην τουριστική βιομηχανία. Αποστολή του ΣΕΤΕ είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και η ανάδειξη του πρωταγωνιστικού ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. (ΣΕΤΕ, 2013)
- Η.Α.Τ.Τ.Α ( Hellenic Association of Travel & Tourist Agencies) είναι Σύνδεσμος των Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων, ιδρύθηκε το 1927 και αποτελεί από τους δυναμικότερους φορείς της Ελλάδας. Εκπροσωπεί τα ελληνικά τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία, υποστηρίζοντας τα συμφέροντα των μελών και παράλληλα έχει σκοπό την ανάπτυξη και προαγωγή του Ελληνικού Τουρισμού και συμβάλλει στην αναπτυξιακή προσπάθεια της χώρας και στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών (ΗΑΤΤΑ, 2010). Τα μέλη του ΗΑΤΤΑ δραστηριοποιούνται στον Εισερχόμενο – Εξερχόμενο τουρισμό, ticketing, τουριστικά λεωφορεία, και είναι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τουριστικά γραφεία όπως ξενοδοχεία, μεταφορικές

εταιρείες πχ αεροπορικές, ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων και προμηθευτές τουριστικών γραφείων.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> - Χώρος λειτουργίας ενός Τουριστικού Γραφείου.

### 4.1 Επιλογή κατάλληλου χώρου εγκατάστασης.

Μετά την επιτυχημένη ίδρυση ενός τουριστικού γραφείου, θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν σε ποιόν τόπο θα εγκατασταθεί όπως είτε σε αστικό κέντρο, προάστιο ή επαρχιακή πόλη. Είναι σημαντικό βήμα διότι η ορθή απόφαση εγκατάστασης του τουριστικού γραφείου καθορίζει την μελλοντική επιβίωση και ανάπτυξη του γραφείου αλλά και την προσέλκυση πελατών ώστε μακροπρόθεσμα να επιφέρει ικανοποιητικά κέρδη. Πριν την λήψη της απόφασης εγκατάστασης, ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να ερευνήσει τα εξής θέματα (Παπαγεωργίου, 2007):

- Την οικονομική κατάσταση των κατοίκων της περιοχής.
- Η εμπορική δραστηριότητα και ευημερία του τόπου εγκατάστασης.
- Εάν υπάρχουν τουριστικά γραφεία θα πρέπει να ερευνηθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες τους.
- Εάν υπάρχουν κατάλληλες τουριστικές υποδομές στην περιοχή.
- Ποιό είναι το σημείο εγκατάστασης προμηθευτών των τουριστικών προϊόντων, ώστε να υπάρχει ομαλή συνεργασία μεταξύ προμηθευτών και του τουριστικού γραφείου.
- Εάν υπάρχει τουριστικό ενδιαφέρον για την περιοχή, δηλαδή τοπικά ιστορικά μνημεία ή αρχαιότητες που μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες.
- Εάν υπάρχει συγκοινωνιακό δίκτυο στην περιοχή.
- Η ύπαρξη τοπικών φορέων που μπορούν να συμβάλλουν στην αναβάθμιση της περιοχής και υποστήριξη επιχειρήσεων.

Εφόσον ερευνηθούν τα παραπάνω ζητήματα ο τουριστικός πράκτορας πρέπει να έχει υπόψιν ότι η εγκατάσταση του γραφείου πρέπει να γίνει σε μεγάλης επιφάνειας χώρο, σε ισόγειο ή όροφο κτιρίου, με την προοπτική να μπορούν να γίνουν μετατροπές στο μέλλον. Επιπλέον, ο τουριστικός πράκτορας θα πρέπει να εξετάσει εάν η περιοχή ή το κτίριο εγκατάστασης του γραφείου επιτρέπει την δυνατότητα επέκτασης σε περίπτωση που θεωρηθεί αναγκαίο.

#### 4.2 Εσωτερική διακόσμηση του χώρου.

Με την ίδρυση και την εγκατάσταση του νεοσύστατου τουριστικού γραφείου, ο ιδιοκτήτης θα επικεντρωθεί στην οργάνωση των εσωτερικών χώρων, την επίπλωση και διακόσμηση του γραφείου διότι η πρώτη εντύπωση των πελατών που θα εισέρχονται στο χώρο παίζει μεγάλο ρόλο στην διαμόρφωση γνώμης. Έτσι λοιπόν θα πρέπει να γίνει μελέτη εσωτερικής σχεδίασης όπου θα συμμετέχει και αρχιτέκτονας για την πρόβλεψη επιμέρους τμημάτων του γραφείου, δηλαδή χώροι συσκέψεων και υποδοχής, αποθηκευτικοί χώροι και άλλα, ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης.

Ωστόσο για να γίνει ορθή εσωτερική σχεδίαση και οργάνωση των χώρων του γραφείου, πρέπει να ληφθούν υπόψιν οι κάτωθι παράγοντες (Παπαγεωργίου, 2007):

- Η συνολική διαθέσιμη επιφάνεια και το σχήμα της, όπου το ιδανικό μέγεθος για ένα νέο τουριστικό γραφείο είναι μεταξύ 50 και 70τ.μ., ενώ ο ΕΟΤ καθορίζει ελάχιστο μέγεθος για ένα γραφείο εσωτερικού τουρισμού τα 20τ.μ.(Υπουργείο Τουρισμού, 1976)
- Τον αριθμό του προσωπικού του τουριστικού γραφείου, ώστε αν απασχολείται μεγάλος αριθμός υπαλλήλων να τους δοθεί επαρκής χώρος μεταξύ των γραφείων τους.
- Το αντικείμενο των εργασιών καθώς και την πιθανή μελλοντική επέκτασή τους, δηλαδή επέκταση των χώρων και θέσεων εργασίας ή επαναδιάταξη των χώρων εφόσον αυξηθεί ο αριθμός εργασιών.
- Ο σχεδιασμός να είναι λειτουργικός και καλαίσθητος για την υποδοχή και άνεση των πελατών.
- Ο τρόπος παρουσίασης των τουριστικών υπηρεσιών.
- Τέλος, να πληροί τα κριτήρια ασφαλείας που είναι άκρως απαραίτητα.

Συνοπτικά, τα τουριστικά γραφεία πρέπει να αποτελούνται από τους εξής σημαντικούς χώρους:

- Είσοδος και χώρος υποδοχής, όπου εισέρχονται οι πελάτες και είναι το σημαντικότερο τμήμα του τουριστικού γραφείου.

- Χώρος εργασίας, ο οποίος λειτουργικός και ευχάριστος για το προσωπικό με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας.
- Αποθηκευτικός χώρος, στον οποίο θα βρίσκεται η γραφική ύλη, διαφημιστικά έντυπα και προμήθειες.
- Χώρος συσκέψεων, όπου θα συσκέπτονται ο διευθυντής με πελάτες ή προμηθευτές.
- Τουαλέτες.
- Χώρος διαλειμμάτων προσωπικού.

### 4.3 Απαραίτητος εξοπλισμός ενός τουριστικού γραφείου.

Ο εξοπλισμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος μιας επιχείρησης, ιδίως σε τουριστικές επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα στα τουριστικά γραφεία, υπάρχει ο γενικός και ο ειδικός εξοπλισμός και σε αυτό το υποκεφάλαιο θα αναλυθεί ο γενικός εξοπλισμός.

Στο τουριστικό γραφείο απαιτείται να υπάρχει τηλεφωνικό κέντρο, μηχάνημα fax, φωτοτυπικό μηχάνημα, καταστροφέας εγγράφων, ένα δίκτυο υπολογιστών, μηχανήματα εκτύπωσης εισιτηρίων, σαρωτές (scanners). Επίσης είναι απαραίτητη η διαδικτυακή πρόσβαση, ιστοσελίδα του τουριστικού γραφείου, ηλεκτρονική διεύθυνση. Η μηχανοργάνωση και αυτοματοποίηση του γραφείου δεν κοστίζει ιδιαίτερα ακριβά και είναι οι εξής ενέργειες (Παπαγεωργίου, 2007):

- Την αγορά λογισμικού (software).
- Την αγορά ή μίσθωση βασικού εξοπλισμού (hardware).
- Εγκατάσταση και συντήρηση συστημάτων από εξειδικευμένο προσωπικό του προμηθευτή.
- Εκπαίδευση του προσωπικού στην χρήση και εξοικείωση των συστημάτων, που πραγματοποιείται από τον προμηθευτή ή από εταιρείες μέσω σεμιναρίων.
- Εξοικείωση του προσωπικού του τουριστικού γραφείου στις αυτοματοποιημένες διαδικασίες όπως online ticketing.



#### 4.4 Τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων.

Μετά την εγκατάσταση γενικού εξοπλισμού το τουριστικό γραφείο θα χρειαστεί την εγκατάσταση λογισμικού ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων, το οποίο κατατάσσεται στην κατηγορία του ειδικού εξοπλισμού. Το τουριστικό γραφείο που ενδιαφέρεται να εκμεταλλευτεί τις υπηρεσίες ενός ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων θα πρέπει να πληροί κάποιες προϋποθέσεις όπως η αγορά και εγκατάσταση ηλεκτρονικών υπολογιστών καθώς και η σύνδεση τους στο Διαδίκτυο. Υπάρχει μεγάλος αριθμός ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων (γνωστά στην αγγλική ορολογία ως Global Distribution Systems) και έχουν κοινό σκοπό την παροχή δυνατοτήτων σε τουριστικούς πράκτορες, δηλαδή αποτελούν τον μεσάζοντα μεταξύ του ταξιδιωτικού πράκτορα και των επιχειρήσεων που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες. Συνοπτικά τα GDS (Global Distribution Systems) παρέχουν ένα εύρος δυνατοτήτων που έχουν άμεση σχέση με τουριστικές υπηρεσίες, οι οποίες δυνατότητες είναι (Κυριακοπούλου, 2003):

- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε διάφορα καταλύματα, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και τουριστικών πακέτων.
- Πληροφορίες που αφορούν αεροπορικές πτήσεις, όπως η πρόσβαση σε πληροφορίες διαθεσιμότητας θέσεων, πτήσεων, τιμών ναύλων κ.λπ., καθώς και δυνατότητα κράτησης θέσεων.
- Εκτυπώσεις διαφόρων εγγράφων δηλαδή οι εκτυπώσεις εισιτηρίων και καρτών πρόσβασης σε συγκεκριμένους χώρους στο πλαίσιο ενός τουριστικού πακέτου.
- Διαχείριση συναλλάγματος και δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων για διάφορες εκδηλώσεις.
- Παροχή πληροφοριών που αφορούν τις διαδικασίες εισόδου και παραμονής σε μία χώρα π.χ. διαβατήρια και βίζες. (Παπαγεωργίου, 2007)
- Παροχή μετεωρολογικών πληροφοριών. (Παπαγεωργίου, 2007)
- Συντονισμός μεταξύ κεντρικού τουριστικού γραφείου με τα υποκαταστήματα του. (Παπαγεωργίου, 2007)

#### 4.5 Κριτήρια επιλογής κατάλληλου συστήματος κρατήσεων.

Τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων αποτελούν σε παγκόσμια κλίμακα το κυριότερο εργαλείο στην τουριστική βιομηχανία και μεταξύ των διαθέσιμων GDS θα πρέπει να επιλέξει και να εγκαταστήσει το σύστημα που θα μπορεί να καλύπτει τις ανάγκες του γραφείου ή να επιλέξει παραπάνω από ένα σύστημα για να καλύψει το μεγαλύτερο εύρος αναγκών του. Τα κυριότερα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων που επικρατούν παγκοσμίως είναι:

-  Amadeus
-  Sabre
-  Galileo
-  World Span

Από τα τέσσερα επικρατέστερα συστήματα θα επιλέξει το νέο τουριστικό γραφείο, ανάλογα με τους παρακάτω παράγοντες (Θεοχάρης, n.d.) :

- Αξιοπιστία του πληροφοριακού υλικού του συστήματος, και αποτελεί κύριος παράγοντας για ένα τουριστικό γραφείο που ενημερώνεται μονίμως για τις μεταβολές που ίσως εμφανιστούν σε κρατήσεις.
- Έγκυρη πληροφόρηση τιμών και διαθεσιμότητας θέσεων, όπου οποιοδήποτε τουριστικό γραφείο θα έχει άμεση πρόσβαση στην τιμολόγηση κάθε υπηρεσίας που θα συμπεριλαμβάνει το τουριστικό πακέτο.
- Σύντομο χρόνος απόκρισης των πληροφοριακών συστημάτων.
- Το επίπεδο παροχής υπηρεσιών, το οποίο σχετίζεται με την τεχνική υποστήριξη του συστήματος αλλά και την εκπαίδευση του προσωπικού του γραφείου.
- Η συνεχής διεύρυνση των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων του συστήματος.
- Το παρεχόμενο σύστημα τιμολόγησης, ανάλογα με το GDS.
- Τα segments παραγωγικότητας, δηλαδή η συμφωνία εγκατάστασης του εξοπλισμού δωρεάν με προϋπόθεση πώλησης ενός συγκεκριμένου αριθμού κρατήσεων. (Παπαγεωργίου, 2007)
- Η συνεχής αναβάθμιση δικτύου του συστήματος.

#### 4.6 Ειδικός εξοπλισμός έκδοσης-εκτύπωσης ταξιδιωτικών εγγράφων.

Με την επιλογή του κατάλληλου ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων στο ταξιδιωτικό γραφείο, απαιτείται η χρήση ειδικού εξοπλισμού για την έκδοση και εκτύπωση ταξιδιωτικών εγγράφων όπως αεροπορικά εισιτήρια. Ο εξοπλισμός που απαιτείται για αεροπορικά εισιτήρια είναι ειδικοί εκτυπωτές που παρέχονται από τις εταιρείες ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων και είναι οι εξής:

- Satellite Ticket Delivery Office (STDO) είναι εκτυπωτής εισιτηρίων για IATA τουριστικό γραφείο που επιτρέπει την εκτύπωση εισιτηρίων για το Non-IATA παράρτημα του πρακτορείου ή για τα Non-IATA τουριστικά γραφεία που συνεργάζεται το IATA γραφείο. (Κυριακοπούλου, 2003)
- Satellite Ticket Printer (STP) είναι εκτυπωτής συνδεδεμένος σε τοπικό δίκτυο του τουριστικού πρακτορείου και παρέχει την δυνατότητα αυτοματοποίησης διανομής εισιτηρίων χωρίς την παρουσία προσωπικού για την εκτύπωση. (Beaver, 2002)
- Cross Border Satellite Ticketing (EUSTP), το οποίο σύστημα εκτύπωσης εισιτηρίων επιτρέπει σε ταξιδιωτικό πρακτορείο την έκδοση εισιτηρίων σε άλλη χώρα εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω Internet σύνδεσης και δορυφορικού ticketing. (Cohen, 1998)

## **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> - Η Οργανωτική δομή ενός Τουριστικού Γραφείου.**

### **5.1 Γενικά.**

Με την ίδρυση νέου τουριστικού γραφείου, την επιλογή κατάλληλης τοποθεσίας εγκατάστασης της επιχείρησης και την αγορά ανάλογου εξοπλισμού ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να δώσει έμφαση στην οργανωτική δομή του γραφείου επειδή η οργάνωση του γραφείου θα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέγεθος των εργασιών αλλά και το μέγεθος του προσωπικού. Τα τουριστικά γραφεία διακρίνονται ανάλογα το μέγεθος του προσωπικού, τον κύκλο εργασιών αλλά και το μέγεθος της επιχείρησης και των επιμέρους τμημάτων και είναι:

- Τα τουριστικά γραφεία μικρού μεγέθους, που απασχολούν δύο ή τρεις υπαλλήλους και καθήκοντα διευθυντή και λογιστή συνήθως εκτελεί ο ιδιοκτήτης.
- Τα τουριστικά γραφεία μεσαίου μεγέθους, τα οποία απασχολούν τρεις ή τέσσερις υπαλλήλους και στην συγκεκριμένη περίπτωση καθήκοντα διευθυντή εκτελεί ο ιδιοκτήτης.
- Τα τουριστικά γραφεία μεγάλου μεγέθους, όπου απασχολούν μεγάλο αριθμό υπαλλήλων λόγω των επιμέρους τμημάτων, με έναν γενικό διευθυντή και υποδιευθυντές σε κάθε τμήμα.

### **5.2 Τα τμήματα ενός τουριστικού γραφείου.**

Αναλόγως με το μέγεθος του τουριστικού γραφείου, του κύκλου εργασιών αλλά και της υποδομής υπάρχουν και τα επιμέρους τμήματα που απαρτίζουν την τουριστική επιχείρηση. Απαραίτητη είναι η οργάνωση σε επιμέρους τμήματα ή διευθύνσεις για να αναλαμβάνουν συγκεκριμένες εργασίες και την εκπλήρωση κάποιων στόχων που έχει αναθέσει η διεύθυνση του τουριστικού γραφείου. Τα βασικά τμήματα που απαρτίζουν ένα τουριστικό γραφείο είναι τα κάτωθι :

- 1) Χώρος Υποδοχής (Reception)
- 2) Τμήμα Ticketing (κρατήσεις και εκδόσεις εισιτηρίων)

- 3) Τμήμα Μάρκετινγκ
- 4) Διεύθυνση
- 5) Λογιστήριο

Επιπλέον, υπάρχουν και επιμέρους τμήματα τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος ενός μεγάλου τουριστικού γραφείου, και είναι τα εξής :

- 1) Τμήμα Οργανωμένου Τουρισμού
- 2) Τμήμα Εισερχόμενου Τουρισμού
- 3) Τμήμα Επιχειρηματικού Τουρισμού
- 4) Τμήμα Επαγγελματικού Τουρισμού
- 5) Τμήμα Τεχνικής Υποστήριξης
- 6) Τμήμα Μηχανοργάνωσης

Με την ορθή οργάνωση των αναφερθέντων τμημάτων του τουριστικού γραφείου υπάρχουν κάποια πλεονεκτήματα όπως ανάπτυξη αποτελεσματικής ηγεσίας, βέλτιστη αξιοποίηση ανθρώπινου δυναμικού, ανάπτυξη και επέκταση των τμημάτων, η τόνωση της δημιουργικότητας του προσωπικού που απασχολείται καθώς και ο συντονισμός που αναπτύσσεται μεταξύ των τμημάτων.

### **5.3 Τα καθήκοντα των θέσεων εργασίας.**

Όπως η κάθε επιχείρηση που απασχολεί προσωπικό, έτσι και στο τουριστικό γραφείο δημιουργούνται θέσεις εργασίας, απαραίτητες για την αποδοτική και αποτελεσματική παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Το τουριστικό γραφείο που αποτελείται από τα παραπάνω αναφερθέντα τμήματα, πρέπει να καλύψει τις ανάγκες του με την επάνδρωση θέσεων των τμημάτων, ώστε να πετύχει την βέλτιστη αποδοτικότητα του γραφείου. Οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν από τα τμήματα αλλά και τα καθήκοντα τους είναι οι εξής (Χυτήρης, 1995):

- Γραφείο Πληροφοριών, κοινώς γνωστό ως χώρος υποδοχής (Reception desk) με σκοπό την προφορική ή τηλεφωνική πληροφόρηση πελατών.

- Γενικός Διευθυντής, την οποία θέση συνηθίζεται να καταλαμβάνει ο ιδιοκτήτης του τουριστικού γραφείου, και καθήκον του Διευθυντή είναι ο συντονισμός των τμημάτων, διαχείριση οικονομικών θεμάτων και θεμάτων προσωπικού, καθορισμός στόχων και ο έλεγχος των υπηρεσιών.
- Υπεύθυνος Οργανωμένου Τουρισμού, είναι το άτομο που έχει την ευθύνη για το συντονισμό και έλεγχο των συνεργατών του , τη δημιουργία προγράμματος των εκδρομών, την ακριβή εκτέλεση των συμφωνηθέντων και των όρων του προγράμματος αλλά και τον οικονομικό διακανονισμό με τον πελάτη.
- Δημόσιες Σχέσεις, η θέση εργασίας έχει σκοπό την επαφή με το κοινό και την ανάπτυξη της εικόνας του τουριστικού γραφείου μέσω ειδικών καταχωρήσεων σε περιοδικά, εκπροσώπηση του γραφείου σε διάφορες εκδήλωσεις και άλλα.
- Υπεύθυνος Εμπορικών και Επιχειρηματικών ταξιδιών, το οποίο άτομο έχει την υπευθυνότητα για οποιαδήποτε θέμα αφορά σε ταξίδια που πραγματοποιούν στελέχη και υπάλληλοι μεγάλων οργανισμών και επιχειρήσεων. Οργανώνει το ταξίδι , ενημερώνει το αρχείο πελατών, εκδίδει τιμολόγια και φροντίζει για τον οικονομικό διακανονισμό και την αποπληρωμή των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν.
- Υπεύθυνος Επαγγελματικού Τουρισμού, αναλαμβάνει τη διοργάνωση συνεδρίων και κοινωνικών εκδηλώσεων και είναι υπεύθυνος για τη σύνθεση πακέτων προσφορών αλλά και την τήρηση των όρων του συμβολαίου, μεταφορά των πελατών από και προς το χώρο που θα λάβει μέρος το συνέδριο ή κοινωνική εκδήλωση.
- Υπεύθυνος Μάρκετινγκ, και αντικείμενο εργασίας της θέσης είναι η προβολή και διαφήμιση του τουριστικού γραφείου και των προσφερόμενων υπηρεσιών μέσω έντυπης μορφής ή διαδραστικών μέσων π.χ. τηλεοπτική ή Διαδικτυακή διαφήμιση.
- Υπεύθυνος Ατομικών ταξιδιών, και αντικείμενο εργασίας της θέσης είναι η πώληση εισιτηρίων διαφόρων μετακινήσεων αλλά και το κλείσιμο δωματίων σε ξενοδοχεία για μεμονωμένους πελάτες.

- Υπεύθυνος Έκδοσης Εισιτηρίων, και σκοπός του ατόμου είναι η προμήθεια και έκδοση εισιτηρίων και την εβδομαδιαία αναφορά για το υπόλοιπο διαθέσιμων εισιτηρίων.
- Υπεύθυνος Οικονομικών Υπηρεσιών, κοινώς γνωστός ως λογιστής, έχει την αποκλειστική ευθύνη κατάρτισης του προϋπολογισμού και την παρακολούθηση οικονομικών στοιχείων και τυχόν μεταβολών του τουριστικού γραφείου.

#### **5.4 Η κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού.**

Ως γνωστόν, το προσωπικό είναι η ακρογωνιαίος λίθος κάθε επιχείρησης και αποτελεί καθοριστικός παράγοντας για την αποτελεσματική παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, στα τουριστικά γραφεία απαιτείται η ύπαρξη εκπαιδευμένου και διαρκώς ενημερωμένου προσωπικού λόγω των συχνών μεταβολών που επικρατούν στην τουριστική βιομηχανία.

Στην Ελλάδα η τουριστική εκπαίδευση ενός προσωπικού λαμβάνεται αναλόγως την επιλογή επιπέδου εκπαίδευσης. Στο επίπεδο της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, η τουριστική εκπαίδευση προσφέρεται από τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα με εξειδίκευση στην Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, παρόλο που δεν εξειδικεύονται σε τουριστικά γραφεία προσφέρουν μέσω των σπουδών πληθώρα γνώσεων όπως εκδόσεις-κρατήσεις εισιτηρίων, σύνθεση τουριστικών πακέτων και βασικές γνώσεις σε συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων (Computer Reservations Systems).

Εντούτοις, σύμφωνα με το Ν. 3105/2003, η κύρια εκπαίδευση ενός προσωπικού τουριστικού γραφείου πραγματοποιείται από τον Οργανισμό Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ), εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουρισμού και αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Τέλος, προσφέρεται εξίσου τουριστική εκπαίδευση και από τα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (γνωστά ως Ι.Ε.Κ) στο τμήμα Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου όπου ο χρόνος σπουδών είναι διετής με τα ανάλογα σεμινάρια, την δυνατότητα πρακτικής άσκησης και επαγγελματικής κατάρτισης από τα Γραφεία Διασύνδεσης. (Υπουργείο Τουρισμού, 2003)

Επιπροσθέτως, υπάρχει εξειδικευμένη εκπαίδευση για υπαλλήλους των τουριστικών γραφείων και προσφέρει την εκμάθηση του υπολογισμού των ναύλων και την έκδοση-κράτηση εισιτηρίων το οποίο πραγματοποιείται από την IATA (International Air Transport Association) ή σε IATA εξουσιοδοτημένα κέντρα αεροπορικών και τουριστικών σπουδών και έπειτα από εξετάσεις την ενδεχόμενη χορήγηση IATA-UFTAA Certificate. (Iata.org, n.d.)

Οι εταιρείες των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων παρέχουν εξειδικευμένη εκπαίδευση και μόρφωση πάνω στις δυνατότητες και τα προϊόντα που προσφέρει το κάθε σύστημα κρατήσεων μέσω των εκπαιδευτικών κέντρων των εταιρειών.

Η τουριστική κατάρτιση των υπαλλήλων τουριστικών γραφείων προσφέρεται από το Σύνδεσμο των Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (HATTA) και τον Εθνικό Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων και Επαγγελματικού Προσανατολισμού (ΕΟΠΠΕΠ).

### **5.5 Η επιλογή κατάλληλου Διευθυντή.**

Η πλειονότητα των τουριστικών γραφείων, αναλόγως το μέγεθος της επιχείρησης (μικρό ή μεσαίο πρακτορείο) έχουν από έναν Διευθυντή, την οποία θέση εργασίας αναλαμβάνει ο ιδιοκτήτης του τουριστικού γραφείου. Στα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία όμως, την θέση του Διευθυντή δεν μπορεί να αναλάβει ο ιδιοκτήτης αλλά ένα έμπειρο άτομο που θα αναλάβει καθήκοντα της συγκεκριμένης θέσης εργασίας.

Επειδή ο Διευθυντής έχει την ευθύνη όλων των λειτουργιών του ταξιδιωτικού πρακτορείου επομένως τα προσόντα του πρέπει να είναι ανάλογα της θέσης του λόγω του μεγέθους των εργασιών που θα εκτελεί. Συγκεκριμένα ο υποψήφιος Διευθυντής πρέπει να πληροί κάποιες προϋποθέσεις πριν αναλάβει την θέση, οι οποίες είναι:

- i. Είναι απόφοιτος αναγνωρισμένης ανώτερης σχολής τουριστικών επαγγελμάτων ή κάτοχος διπλώματος πανεπιστημίου σε θέματα τουρισμού.
- ii. Είτε είναι κάτοχος πτυχίου πανεπιστημίου και να έχει τουλάχιστον τρία χρόνια πείρα σε τουριστικό γραφείο.
- iii. Να είναι κάτοχος απολυτηρίου Γυμνασίου ή Λυκείου.



- iv. Να κατέχει επαρκή γνώση της ελληνικής γλώσσας και μιας τουλάχιστον ξένης γλώσσας από τις τουριστικά επικρατέστερες χώρες.

Εκτός από τις παραπάνω αναφερθέντες προϋποθέσεις, ο Διευθυντής πρέπει να κατέχει τέτοια προσόντα ώστε μέσω της επίδρασης του στο προσωπικό του τουριστικού γραφείου και τον συντονισμό επιμέρους τμημάτων να επιτευχθεί η βέλτιστη παραγωγικότητα. Επιπλέον, ο Διευθυντής πρέπει να κατέχει ορθή κρίση στη λήψη διοικητικών και οικονομικών αποφάσεων. Παρακάτω θα παρουσιαστούν συνοπτικά τα προσόντα ενός Διευθυντή και είναι τα εξής (Prospects.ac.uk, 2012):

- Ισχυρή δεξιότητα στον γραπτό και προφορικό λόγο.
- Ικανότητες στις πωλήσεις και στο μάρκετινγκ.
- Δεξιότητα στην οργάνωση και σχεδιασμό.
- Δεξιότητα στην διαχείριση των ανθρωπίνων πόρων.
- Να αποτελεί έμπνευση για το ανθρώπινο δυναμικό του τουριστικού γραφείου.
- Συντονισμός και κατεύθυνση επιμέρους τμημάτων για την μέγιστη απόδοση τους.
- Κατοχή δεξιότητας εξυπηρέτησης πελατών.
- Ικανότητες στην έρευνα αγοράς.

## **Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> - Η Λειτουργία των Τμημάτων ενός Τουριστικού Γραφείου.**

### **6.1 Γενικά.**

Το τουριστικό γραφείο αναλόγως το μέγεθος του, τον αριθμό του προσωπικού αλλά και το κύκλο εργασιών, απαρτίζεται από διάφορα τμήματα που συμβάλλουν στην ομαλή λειτουργία και βέλτιστη αποδοτικότητα τους επιχείρησης.

Κάθε τμήμα του τουριστικού γραφείου έχει διαφορετική δραστηριότητα από τα υπόλοιπα τμήματα, αναλόγως με το κύκλο εργασιών που επικεντρώνεται και στο πώς συνεισφέρει στην επιχείρηση. Ωστόσο, τα τμήματα του γραφείου εξαρτώνται μεταξύ τους και είναι απαραίτητη η ομαλή συνεργασία μεταξύ των τμημάτων.

### **6.2 Η λειτουργία του τμήματος Μάρκετινγκ.**

Το τμήμα Μάρκετινγκ του τουριστικού γραφείου είναι υπεύθυνο για τον σχεδιασμό των υπηρεσιών έτσι ώστε να είναι ελκυστικό προς το καταναλωτικό κοινό και για να επιτευχθεί ο συγκεκριμένος στόχος, το τμήμα μάρκετινγκ πραγματοποιεί έρευνα αγοράς των προσφερόμενων υπηρεσιών. Με την συλλογή πληροφοριών από την έρευνα αγοράς, το τμήμα μάρκετινγκ προβεί σε ενέργεια δημιουργίας τουριστικού πακέτου και την ενδεχόμενη διαφήμιση του μέσω φυλλαδίων, περιοδικών, τηλεοπτικών προγραμμάτων ή και μέσω του Διαδικτύου αλλά και την παράλληλη παρακολούθηση της απόδοσης του προϊόντος στην αγορά.

Επιπλέον, το τμήμα μάρκετινγκ μπορεί να επικεντρωθεί στη προώθηση των προσφερόμενων υπηρεσιών του τουριστικού γραφείου μέσω του Διαδικτύου με τη χρήση του μάρκετινγκ σε μέσα μαζικής ενημέρωσης (Social Media Marketing) όπως την προβολή του τουριστικού γραφείου μέσω κοινωνικών δικτύων όπως Facebook, Twitter, μέσω blogging όπως Blogger και WordPress αλλά και μέσω διαφήμισης του γραφείου με κατασκευή ιστοσελίδας ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. (E-mail)

### **6.3 Η λειτουργία του τμήματος Κρατήσεων.**

Το τμήμα Κρατήσεων αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο κάθε τουριστικού γραφείου και είναι υπεύθυνο για την μεσολάβηση, εξασφάλιση και παροχή υπηρεσιών προς πελάτες. Οι ευθύνες του τμήματος είναι η εξασφάλιση κρατήσεων σε αεροπορικές πτήσεις, ξενοδοχεία και κρουαζιέρες, διαμεσολάβηση για ενοικιάσεις οχημάτων, εξασφάλιση εισιτηρίων σε τρένα, πλοία και άλλα μέσα μεταφορών. Επιπλέον, πραγματοποιεί κρατήσεις εισιτηρίων σε μουσεία και άλλους σημαντικούς χώρους ή και την ακύρωση κράτησης κατόπιν αίτησης του πελάτη.

Οι κρατήσεις παντός τύπου τις αναλαμβάνει ο πράκτορας του τμήματος Κρατήσεων και πραγματοποιούνται μέσω διαφόρων τρόπων όπως μέσω του Διαδικτύου, τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems), με συνεργασία με ξενοδοχεία, με αεροπορικές εταιρείες οι οποίες έχουν δυνατότητα κράτησης ξενοδοχείου όταν συνοδεύεται με κράτηση αεροπορικού εισιτηρίου, και τέλος μέσω κεντρικής υπηρεσίας κρατήσεων ξενοδοχείων (Central Reservation Services) που παρέχει την δυνατότητα στον πράκτορα του τμήματος Κρατήσεων να έχει συχνή ενημέρωση τιμών και την πληρότητα σε ξενοδοχεία που συνεργάζονται.

### **6.4 Δραστηριότητα του τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων.**

Η έκδοση εισιτηρίων είναι μία από τις πιο σημαντικές και κερδοφόρες δραστηριότητες ενός τουριστικού γραφείου, γι' αυτό απαιτείται ειδική διαχείριση την οποία δραστηριότητα αναλαμβάνει το τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων.

Βασικές αρμοδιότητες του συγκεκριμένου τμήματος είναι η κράτηση και έκδοση εισιτηρίων (αεροπορικών ή και ακτοπλοϊκών) για πελάτες. Στην έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων θα πρέπει να αναγράφονται οι εξής βασικές λεπτομέρειες:

- Το ονοματεπώνυμο του επιβάτη (Passenger Name).
- Εταιρεία έκδοσης εισιτηρίου.
- Αριθμό πτήσης και δρομολόγιο (Itinerary).
- Αριθμό εισιτηρίου.
- Επιτρεπόμενο βάρος αποσκευών (Baggage Allowance).

- Ημερομηνίες ισχύος του εισιτηρίου.
- Τιμή εισιτηρίου. (Fare)
- Φόροι που συμπεριλαμβάνονται στη τιμή του εισιτηρίου (Taxes).
- Λοιπές πληροφορίες που αφορούν τον επιβάτη π.χ. αν είναι First Class επιβάτης και άλλα.

Στην έκδοση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων θα πρέπει να αναγράφεται το όνομα του επιβάτη, το λιμάνι άφιξης και αναχώρησης, η ώρα και ημερομηνία του ταξιδιού και η κατηγορία θέσης.

Το τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων υφίσταται μόνο σε τουριστικά γραφεία IATA με εξειδίκευση στην έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων ενώ στα υπόλοιπα τουριστικά γραφεία το συγκεκριμένο τμήμα αποτελεί μέρος του τμήματος Κρατήσεων.

Εκτός από τις εκδόσεις αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, υπάρχει και η μορφή του ηλεκτρονικού εισιτηρίου (E-ticket) όπου πραγματοποιείται η πώληση σε πελάτη, καταχωρείται η κράτηση του εισιτηρίου στα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων (CRS) χωρίς την έκδοση εισιτηρίου σε έντυπη μορφή και ο πελάτης θα παραλάβει το εισιτήριο όταν γίνει το check-in στα εκδοτήρια του αεροδρομίου. Στην απόδειξη του ηλεκτρονικού εισιτηρίου πρέπει να αναγράφονται τα παρακάτω βασικά στοιχεία:

- Αριθμό πτήσης και δρομολόγιο.
- Ονοματεπώνυμο επιβάτη.
- Αριθμό εισιτηρίου.
- Όροι και προϋποθέσεις μεταφοράς.
- Τιμή εισιτηρίου και του συμπεριλαμβανομένου φόρου.
- Γραφείο έκδοσης εισιτηρίου.
- Επιτρεπόμενο βάρος αποσκευών.
- Τρόπος πληρωμής που πραγματοποιήθηκε για το ηλεκτρονικό εισιτήριο.

## 6.5 Δραστηριότητα του τμήματος Οργανωμένου Τουρισμού.

Το αντικείμενο δραστηριότητας του τμήματος οργανωμένων ταξιδιών διακρίνεται σε δύο επιμέρους τμήματα, το τμήμα εσωτερικού και το τμήμα εξερχόμενου τουρισμού. Συγκεκριμένα, το τμήμα εσωτερικού τουρισμού έχει ως σκοπό την πώληση ή την οργάνωση ταξιδιών προς το εσωτερικό της χώρας και εξυπηρετεί τις ανάγκες των πελατών που επιθυμούν διακοπές εντός της χώρας.

Η δραστηριότητα του τμήματος εξερχόμενου τουρισμού είναι η πώληση οργανωμένων ή οργάνωση των ταξιδιών προς χώρες του εξωτερικού και εξυπηρετεί τις επιθυμίες των πελατών που θέλουν διακοπές εκτός της χώρας τους. Επιπλέον, το τμήμα μπορεί να συγκροτείται από επιμέρους τμήματα σύμφωνα με την παρακάτω ομαδοποίηση προορισμών (Παπαγεωργίου, 2007):

- Ασία και Απω Ανατολή
- Ευρώπη και Μεσογειακές χώρες
- Αμερική και Καναδά
- Εξωτικά ταξίδια
- Εκδρομές ειδικών ενδιαφερόντων.

Με κάθε πώληση οργανωμένου ταξιδιού ο τουριστικός πράκτορας πρέπει να συμπληρώνει έντυπα που γνωστοποιούν την κράτηση του πακέτου και τα οποία είναι :

- 1) το ταξιδιωτικό έντυπο όπου αναγράφονται λεπτομέρειες όπως ο προορισμός του ταξιδιού, τα στοιχεία του πελάτη, στοιχεία της κράτησης και το συνολικό κόστος.
- 2) η ονομαστική κατάσταση ομάδας ταξιδιωτών (Name List) που γνωστοποιεί την αεροπορική εταιρεία τα ονόματα και το σύνολο ατόμων του γκρουπ,
- 3) και η κατάσταση δωματίων του γκρουπ (Rooming List), η οποία γνωστοποιεί το σύνολο των δωματίων της κράτησης.
- 4) Ο φάκελος ταξιδιού που παραχωρείται στον πελάτη και περιλαμβάνει ενημερωτικά έντυπα που αφορούν το ταξίδι, αναλυτικό πρόγραμμα, αεροπορικά εισιτήρια και τα απαραίτητα vouchers.

## 6.6 Λειτουργικότητα του τμήματος Εισερχόμενου Τουρισμού.

Το τμήμα Εισερχόμενου Τουρισμού αποτελεί ένα από το πιο σημαντικά τμήματα του ταξιδιωτικού γραφείου επειδή επικεντρώνεται σε διάφορες κατηγορίες ταξιδιών όπως σχολικές και οργανωμένες εκδρομές, γαμήλια ταξίδια, επαγγελματικά ταξίδια, ταξίδια ειδικού ενδιαφέροντος και άλλα. Οι υπάλληλοι του τμήματος Εισερχόμενου Τουρισμού, ώστε να μπορούν να εξυπηρετούν πελάτες όσο το δυνατόν καλύτερα, πρέπει να έχουν τα εξής προσόντα:

- Να είναι ενημερωμένοι ώστε να μπορούν να παρέχουν πληροφορίες, ανά πάσα στιγμή, για την περιοχή που επιθυμούν να επισκεφθούν οι πελάτες.
- Να είναι συνεπείς με υπευθυνότητες.
- Κατοχή γνώσεων των ξένων γλωσσών.
- Κατοχή ικανότητας δημοσίων σχέσεων, διατήρηση ευπρεπούς εμφάνισης και ευγένειας.
- Να είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση Η/Υ και Ίντερνετ, ώστε να έχουν άμεση πρόσβαση σε χάρτες και τοπικές πληροφορίες του τόπου προορισμού των πελατών αλλά και ενημέρωση πελατών για τυχόν επιπλέον υπηρεσιών άλλες η παραλαβή των τουριστών από και άλλες το ξενοδοχείο ή αεροδρόμιο.

Οι δραστηριότητες του τμήματος Εισερχόμενου Τουρισμού είναι οι εξής (Καλαντώνης, 2013):

- ο Παραλαβή και μεταφορά των τουριστών από την πύλη εισόδου στον τόπο διαμονής και αντίστροφα, καθώς και πάσης φύσεως μετακίνηση με ποικιλία μεταφορικών μέσων.
- ο Κρατήσεις εισιτηρίων για θέατρα, εστιατόρια, κονσέρτα και σε άλλες εκδηλώσεις.
- ο Οργάνωση συνεδρίων και ταξίδια κινήτρων (incentives).
- ο Ξεναγήσεις.
- ο Εκδρομές ειδικού ενδιαφέροντος και περιπέτειας.
- ο Ξενοδοχεία και Κρουαζιέρες.

### **6.7 Λειτουργικότητα του τμήματος Επαγγελματικού Τουρισμού.**

Το αντικείμενο εργασίας του τμήματος Επαγγελματικού Τουρισμού είναι η προσφορά ταξιδιωτικών υπηρεσιών προς τις εταιρείες-πελάτες της και τα στελέχη τους που περιλαμβάνουν την οργάνωση επαγγελματικών ταξιδιών, συνεδρίων, εταιρικών συναντήσεων, ταξιδιών κινήτρων (incentives), αθλητικού τουρισμού, στην οργάνωση ειδικών δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό καθώς και στην επαγγελματική μετεγκατάσταση στελεχών επιχειρήσεων.

Τα προσόντα των υπαλλήλων του τμήματος είναι τα εξής (Καλαντώνης, 2013):

- Να έχουν μεγάλη επαγγελματική εμπειρία και να γνωρίζουν τις λειτουργίες πολλών άλλων τμημάτων του τουριστικού γραφείου (ticketing, reservation procedures κ.λπ.).
- Να έχουν ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων, για την εξασφάλιση της συνεργασίας με μια συγκεκριμένη νέα επιχείρηση και για την διατήρηση και συνέχειά της.
- Να χαρακτηρίζονται από μεγάλη υπομονή και αντοχή σε μακρύ εργασιακό ωράριο αλλά και σε αναπάντεχο χρόνο κλήσης από τον επιχειρηματία.

## Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> - Μελέτη Περίπτωσης AirFastTickets.



### 7.1 Εισαγωγή.

Στην αναφερθέντα πτυχιακή εργασία ακολουθεί μελέτη περίπτωσης της ‘AirFastTickets’, το τουριστικό πρακτορείο που δραστηριοποιείται αποκλειστικά μέσω του Διαδικτύου. Θα αναφερθούμε στα μητρικά γραφεία της εταιρείας στην Ελλάδα με αναφορές στο ιστορικό της εταιρείας, την ραγδαία ανάπτυξη η οποία ήρθε αντιμέτωπη με την οικονομική ύφεση της Ελλάδος, τα τμήματα που απαρτίζουν το γραφείο, την διαφήμιση, την δημόσια εικόνα της εταιρείας καθώς και το τελικό συμπέρασμα.

Η εκπόνηση της βασίστηκε σε ξένα και ελληνικά δημοσιογραφικά άρθρα, στην συνεργασία με τον προϊστάμενο του Product Department κ. Αλέξανδρο Μπάση καθώς και με επικοινωνία με τον ιδρυτή και πρόεδρο της εταιρείας κ. Νικόλαο Κοκλώνη.

### 7.2 Το Τουριστικό Γραφείο.

Το διαδικτυακό τουριστικό γραφείο Γενικού Τουρισμού ‘AirFastTickets’ ανήκει στην Fast Group A.E και ιδρύθηκε το 2009 στην Ελλάδα από τον ιδρυτή και πρόεδρο της εταιρείας κ. Νικόλαο Κοκλώνη. Η νομική μορφή της εταιρείας κατατάσσεται στην κατηγορία της Α.Ε (Ανώνυμη Εταιρεία) και τα κεντρικά γραφεία της πολυεθνικής εταιρείας στεγάζονται στην οδό Σκουζέ 6, Ακτή Μιαούλη στο Πειραιά. Το χαρακτηριστικό λογότυπο της εταιρείας είναι τα φωτεινά χρώματα, συνδυάζοντας γαλάζιο με πορτοκαλί χρώμα, με μασκότ τον ‘Nickoman’ που είναι ο ταξιδιώτης με την βαλίτσα και το εισιτήριο στο λογότυπο. Το ωράριο λειτουργίας της εταιρείας ποικίλει, τα κεντρικά τμήματα λειτουργούν από τις 9 π.μ. μέχρι τις 7 μ.μ. ενώ το τμήμα του κέντρου εξυπηρέτησης πελατών λειτουργεί σε 18ώρη βάση και σύντομα σε 24ώρη βάση.



Είναι πιστοποιημένο τουριστικό γραφείο οργανωμένων ταξιδιών και περήφανο μέλος της IATA (International Air Transport Association με ειδικό σήμα 27213841), του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, πιστοποιημένο από το Ε.Ο.Τ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού με αριθμό άδειας λειτουργίας 0207Ε61000317801) και της ΗΑΤΤΑ (Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων).

Η AirFastTickets είναι και επίσημα πιστοποιημένη με την σφραγίδα του TripAdvisor.com (του ομίλου TripAdvisor Media Group), η οποία είναι η δημοφιλής ιστοσελίδα που παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για όλες τις υπάρχουσες κατοχυρωμένες τουριστικές επιχειρήσεις καθώς και έγκυρα χρήσιμα σχόλια των χρηστών που τις έχουν επισκεφτεί. Επιπροσθέτως, το 2013 η AirFastTickets έλαβε την πιστοποίηση ISO 9000:2008, το οποίο γνωστοποιεί ότι η τουριστική επιχείρηση δεσμεύεται στην παροχή ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών ενώ φορέας της πιστοποίησης είναι η Bureau Veritas, ένας διεθνής όμιλος που εξειδικεύεται στην επιθεώρηση, ανάλυση, ελέγχου και πιστοποίησης προϊόντων, υποδομών (κτίρια, πλοία, βιομηχανικές εγκαταστάσεις κ.λπ.) και συστημάτων διαχείρισης. (EMEA.gr, 2013).

Τα κεντρικά γραφεία της AirFastTickets στεγάζονται σε κεντρικό κτίριο στην οδό Σκουζέ του Πειραιά και είναι προσβάσιμη μέσω αστικής συγκοινωνίας ή με Ι.Χ. Με επιρροές του εξωτερικού και μοντέρνα αντίληψη, ο ιδιοκτήτης έχει δημιουργήσει γραφεία που ξεπερνά το κατεστημένο των πανομοιότυπων τουριστικών γραφείων, εφαρμόζοντας την φιλοσοφία του 'open space', παρέχοντας στους υπαλλήλους άνετο και ευάερο χώρο εργασίας. Την συγκεκριμένη έμπνευση απέκτησε ο ιδρυτής Νικόλαος Κοκλώνης από την αμερικάνικη εταιρεία Google, δημιουργός της δημοφιλέστερης μηχανής αναζήτησης του Διαδικτύου, και αποσκοπεί έμμεσα στην έμμεση αύξηση παραγωγικότητας των υπαλλήλων της μέσω της οικογενειακής και παράλληλα παιχνιδιάρικης ατμόσφαιρας.

### 7.3 Εταιρική Εικόνα της AirFastTickets.

Το ελληνικό online γραφείο ταξιδιών AirFastTickets ξεκίνησε το κύκλο εργασιών της στον Πειραιά, όπου και ιδρύθηκε το 2009. Ξεκίνησε η λειτουργία της εταιρείας με κεφάλαιο ύψους 60.000 Ευρώ, το ελάχιστο απαραίτητο ποσό για την ίδρυση εταιρείας, με στόχο να βελτιώσει τις ήδη υπάρχουσες υποδομές στο χώρο των online κρατήσεων, να αναπτύξει νέα μέσα για την προσέλκυση νέων πελατών αλλά και να προσφέρει νέες και καινοτόμες προτάσεις αγοράς στον τομέα του τουρισμού (όπως π.χ. την πώληση τουριστικών πακέτων και υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου στις πιο οικονομικές τιμές), ένας εμπορικός τρόπος ο οποίος έχει ανθήσει με επιτυχία στο εξωτερικό αλλά δεν είχε εκμεταλλευθεί επαρκώς στην Ελλάδα.

Η ανάπτυξη της AirFastTickets ξεκίνησε ουσιαστικά το 2010, με την συνεργασία της με εταιρείες που πρόσφεραν εκπωτικά κουπόνια μέσω του Διαδικτύου, η οποία πράξη ήταν επιτυχής με αποτέλεσμα να θέσει τις βάσεις για το online τουριστικό γραφείο να αρχίσει να αναπτύσσεται. Μεταξύ των ετών 2010-2012, η AirFastTickets έθεσε διετές επενδυτικό πλάνο ύψους 9 εκατ. Ευρώ και ίδρυσε νέα γραφεία στη Γερμανία, στη Ρωσία, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στις ΗΠΑ. Τώρα σκοπεύει να ιδρύσει νέα γραφεία στο εγγύς μέλλον στην Τουρκία, Πολωνία, Χονγκ Κονγκ, Βραζιλία, Ιαπωνία και Ρωσία.

Τα τελευταία δύο χρόνια η εταιρεία AirFastTickets έχει αναπτυχθεί ραγδαία σε σύγκριση με την αρχική χρονιά λειτουργία της, με αποτέλεσμα να αποσπάσει βραβεία το 2013 και 2014. Το έτος 2013 η AirFastTickets κηρύχθηκε National Champion Greece 2013/14 και εκπροσωπεί την Ελλάδα στον καταξιωμένο θεσμό των European Business Awards για το βραβείο “The RSM Entrepreneur of the Year Award”, το οποίο επιβραβεύει φιλόδοξες εταιρείες που διακρίνονται για τις καινοτομίες που προσφέρουν αλλά και την δέσμευσή τους στην πρωτοπορία, την επιχειρηματικότητα και τη βιώσιμη ανάπτυξη. (Businessawardseurope.com, 2013)

Επίσης την ίδια χρονιά η εταιρεία, σε συνεργασία με την Globe One Digital που διαχειρίζεται την ηλεκτρονική διαφήμιση για την AirFastTickets, για την εξαιρετική παρουσία της στο Facebook, YouTube, Twitter και Google+ απέσπασε το βραβείο Silver Award στην κατηγορία “Best Corporate Social Media Strategy” στο Social Media Awards που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα. (Globeone.gr, (2013).

Στην εκδήλωση Tourism Awards 2014 που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, η AirFastTickets κέρδισε το Gold Βραβείο στην κατηγορία “Website & Booking Interface” και το Silver βραβείο στην κατηγορία “Advertising campaign”. Ο στόχος των βραβείων είναι η επιβράβευση και ανάδειξη εταιρειών για τις καινοτόμες πρακτικές και την επιχειρηματική αριστεία τους. Επιπλέον, η Globe One Digital απέσπασε το Gold Award στην κατηγορία “Best Use of Search Marketing Strategy” για την AirFastTickets. (Globeone.gr, 2014)

Στις 23 Ιουνίου του 2014 πραγματοποιήθηκαν τα 17<sup>α</sup> βραβεία του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ) με στόχο την επιβράβευση επιχειρήσεων και επιχειρηματιών που κατάφεραν επιτυχώς να πετύχουν τους οικονομικούς και εταιρικούς σκοπούς τους. Η AirFastTickets απέσπασε το βραβείο «Αναπτυσσόμενης Μικρομεσαίας Επιχείρησης». (ΕΜΕΑ.gr, 2014).

Τον Μάιο του 2014 η AirFastTickets, σε συνεργασία με τον Έλληνα τραγουδιστή Διονύση Σχοινά, δημιούργησαν μουσική εφαρμογή για την επικείμενη μουσική γιορτή MAD VMA, προσκαλώντας νέους και μεγάλους να επισκεφτούν την σελίδα της εταιρείας στο Facebook. Η μουσική εφαρμογή επιτρέπει στους Facebook χρήστες να λάβουν μέρος στο διαγωνισμό της εταιρείας με προϋπόθεση να τραγουδήσει με μικρόφωνο το τραγούδι ενώ τα δώρα είναι τουριστικά πακέτα στο Πουκέτ και Μύκονο καθώς και την συμμετοχή του τυχερού χρήστη στο μουσικό βίντεο του νέου τραγουδιού του Διονύση Σχοινά. (Facebook, 2014)

Η AirFastTickets ήταν ο επίσημος χορηγός της ετήσιας μεγαλύτερης μουσικής γιορτής MAD VMA (Video Music Awards) όπου η απονομή βραβείων πραγματοποιήθηκαν το καλοκαίρι του 2014 στο Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας στην περιοχή του Πειραιά.

Με φιλανθρωπικό χαρακτήρα, ο ιδρυτής και CEO του τουριστικού γραφείο Νικόλαος Κοκλώνης πραγματοποίησε επίσκεψη στην Ογκολογική Μονάδα Παίδων “Μαριάννα Β. Βαρδινογιάννη - ΕΛΠΙΔΑ” με σκοπό την έκφραση της υποστήριξης της AirFastTickets στο φιλανθρωπικό έργο του Συλλόγου με την προσφορά δωρεάν αεροπορικών εισιτηρίων για δύο χρόνια στις μετακινήσεις του προσωπικού της Τράπεζας Εθελοντών

Δοτών Μυελού των Οστών σε διάφορες πόλεις και χωριά της Ελλάδας προκειμένου να συλλεγούν δείγματα μυελού των οστών. (Ρόκου, Τ. 2014).

Η εταιρεία είναι επίσημος χορηγός του Ολυμπιακού στην συνεργασία Olympic Partnership Program 2013-2014 που επισύναψε με την ΚΑΕ Ολυμπιακός, όπου το τουριστικό γραφείο θα ταξιδέψει την ομάδα στην Ελλάδα και στην Ευρώπη. (<http://www.pamesports.gr>, (2013)).

Επιπλέον, τον Ιούνιο του 2014, στην Νέα Υόρκη των ΗΠΑ η AirFastTickets ανακοίνωσε την νέα συνεργασία της με τις δύο θρυλικές ομάδες του baseball, New York Yankees και New York Mets, όπου η εταιρεία θα είναι χορηγός αλλά και επίσημος τουριστικός πράκτορας των ομάδων καθώς παράλληλα και χορηγός των δύο συνακόλουθων ραδιοφωνικών σταθμών WFAN Yankees Radio Network και WOR 710 των ομάδων για την σεζόν του 2014. Χαρακτηριστικό της συμφωνίας είναι η προβολή διαφημίσεων της AirFastTickets από τους ραδιοφωνικούς σταθμούς καθώς και κλήρωση δώρων για τυχερούς ακροατές. (Digitaljournal.com, 2014).

#### **7.4 Τμήματα της Εταιρείας.**

Όπως αναφερθήκαμε αρχικά η εταιρεία ξεκίνησε με 5 άτομα προσωπικό συμπεριλαμβανομένου και του ιδρυτή σε μικρό διαμέρισμα, όμως με την επικείμενη δυναμική ανάπτυξη που αντιμετώπισε το 2010 μετακόμισε σε μεγαλύτερο χώρο όπου και πλέον στεγάζεται σε κτίριο στην οδό Σκουζέ κοντά στην ακτή Μιαούλη του Πειραιά.

Στο νέο, ανανεωμένο κτίριο στεγάζεται το μητρικό branch της AirFastTickets, άνω των 1.000 τ.μ. με μοντέρνα διακόσμηση γεμάτη με διάφορα φωτεινά χρώματα για την νέα εικόνα της εταιρείας και με ιδιαίτερο βάρος στις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων. Η εταιρεία προσφέρει ένα εύρος παροχών στους υπαλλήλους αλλά και σε πελάτες όπως:

- ✚ Σαλόνι αναμονής για πελάτες εντός του χώρου υποδοχής.
- ✚ Ξεχωριστοί χώροι υγιεινής για πελάτες και προσωπικό.
- ✚ Ευρύχωροι χώροι ψυχαγωγίας που περιλαμβάνουν μπιλιάρδο, μίνι κινηματογράφο, γυμναστήριο, αίθουσα επιτραπέζιων παιχνιδιών καθώς και

reading area που βρίσκεται σε μικρό τεχνητό σπίτι (εντός του χώρου) και παρέχει χώρο για ανάγνωση βιβλίων και comics.

- ✚ Ψυγεία με διάφορα είδη τροφίμων και αναψυκτικών σε τιμές κόστους καθώς και μηχανές που προσφέρουν ποικιλία γρανίτα διαφόρων γεύσεων σε πλαστικό ποτήρι.
- ✚ Σαλονάκι προσωπικού για την κατανάλωση τροφίμων.

Ο αριθμός του προσωπικού ανέρχεται στα 80 άτομα που εργάζονται με πλήρη απασχόληση στα μητρικά γραφεία της εταιρείας, ενώ μερικά άτομα εργάζονται με εξάμηνη σύμβαση λόγω πρακτικής άσκησης. Η Διοίκηση και τα Λειτουργικά τμήματα είναι τα εξής:

- ✚ Πρόεδρος & Διευθύνων σύμβουλος, την οποία θέση κατέχει ο ιδρυτής της Airfasttickets και αποτελεί την κεφαλή της εταιρείας.
- ✚ Country Manager, η οποία θέση αφορά την εκπροσώπηση της εταιρείας στην χώρα που ασκεί τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της, ενώ αποβλέπει στην τήρηση της ομαλής λειτουργίας των υπολοίπων λειτουργικών τμημάτων και την αύξηση του τζίρου στην χώρα αυτή.
- ✚ Product Department, το οποίο τμήμα επικεντρώνεται στην δημιουργία και σύνθεση διαφόρων τουριστικών πακέτων και υπηρεσιών, καθώς και στην έρευνα και μελέτη της τουριστικής αγοράς.
- ✚ Λογιστήριο, το τμήμα που αναλαμβάνει την ενημέρωση των ταμειακών ροών, την μισθοδοσία και οποιοδήποτε οικονομικό θέμα που εμπίπτει.
- ✚ Μάρκετινγκ, που επικεντρώνεται στην διαμόρφωση και προβολή διαφημίσεων μέσω διαφόρων μέσων ενημέρωσης (τηλεόραση, περιοδικά, YouTube κ.λπ.) προς τους πελάτες της εταιρείας.
- ✚ Εμπορικό τμήμα της εταιρείας που συνεργάζεται απευθείας με τους πελάτες, τηρώντας τις ανάγκες του πελάτη ως πρώτη προτεραιότητα και αναλαμβάνει την σύνθεση ελκυστικών τουριστικών πακέτων, σύμφωνα με τις ανάγκες αυτές.
- ✚ Οικονομικό τμήμα (EMEA Finance Department) απασχολείται στην επιχειρηματική ζώνη EMEA (Europe-Middle East-Africa) με σκοπό την

διαχείριση των οικονομικών της εταιρείας στη ζώνη αυτή. Συνεργάζεται άμεσα και με το τμήμα EMEA Operation.

- ✚ Διεύθυνση Προσωπικού (Human Resources) είναι το τμήμα που αναλαμβάνει την πρόσληψη ατόμων που πληρούν τα κριτήρια της εταιρείας, διαμορφώνει τα ωράρια του προσωπικού και την ενημέρωση των καρτελών τους.
- ✚ Corporate Travel τμήμα έχει ως σκοπό την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών στα στελέχη της Airfasttickets που συνεργάζονται άμεσα με αντιπρόσωπους άλλων τμημάτων της εταιρείας στο εσωτερικό και εξωτερικό.
- ✚ EMEA Operation είναι το τμήμα της εταιρείας που επικεντρώνεται στην αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας της Airfasttickets στην Ευρωπαϊκή, Μέση Ανατολή και Αφρικανική ζώνη.
- ✚ IT (Information Technology) αποτελεί την ακρογωνιαίο λίθο της εταιρείας, επειδή οι υπάλληλοι του τμήματος IT διαχειρίζονται τον κώδικα της ιστοσελίδας της Airfasttickets καθώς και την συνεχή αναβάθμιση και ενημέρωση της. Επίσης διατηρούν τη βάση δεδομένων ασφαλής και ανανεωμένη, όπου καταχωρούνται τα δεδομένα των email και κρατήσεων της εταιρείας και των πελατών της.
- ✚ Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών (Customer Support), όπου κάθε υπάλληλος επικοινωνεί άμεσα με τον πελάτη για την εξυπηρέτηση των αναγκών του, την άμεση επίλυση τυχόν προβλημάτων που ίσως προέκυψαν καθώς και την ενημέρωση του πελάτη για τυχόν διαμορφώσεις στη κράτηση του.



Το 2013 στα κεντρικά γραφεία της AirFastTickets, σε συνεργασία με την IT εταιρεία Cisco Systems, η εταιρεία ανέπτυξε το πρόγραμμα Cisco Business Edition 6000 για την

αναβάθμιση των επικοινωνιακών αναγκών των υπαλλήλων του τουριστικού γραφείου. Το πρόγραμμα παρέχει ενοποιημένη υπηρεσία φωνής, φωνητικού ταχυδρομείου, ανταλλαγής μηνυμάτων (Instant Messaging) και κέντρου επικοινωνίας (Contact Center), επιτρέποντας στους εργαζόμενους να συνδέονται και να συνεργάζονται σε ασφαλή περιβάλλον. Για την αξιοποίηση του προγράμματος εγκαταστάθηκαν τα router της Cisco για την παροχή προστασίας και την απευθείας σύνδεση των κεντρικών γραφείων της Νέας Υόρκης με τα γραφεία στην Ελλάδα, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. (Πρασσάκη, 2013) Τα κύρια οφέλη του Cisco Business Edition 6000 είναι τα εξής:

- Αύξηση της παραγωγικότητας, μείωση της πολυπλοκότητας των πόρων IT (Information Technology) και την ενίσχυση της επιχειρηματικής καινοτομίας.
- Το firewall προστασίας Cisco ASA5515 βοηθά τους υπαλλήλους να συνδέονται, με οποιαδήποτε συσκευή, με ασφάλεια στο εταιρικό δίκτυο.

Επιτρέπει στους εργαζομένους να παραμένουν συνδεδεμένοι και παραγωγικοί μέσω εφαρμογών φωνής (voice call), βίντεο, ανταλλαγής μηνυμάτων (IM) και εφαρμογών για φορητές συσκευές από οπουδήποτε και με οποιαδήποτε συσκευή όπως laptop, tablet και smartphone.

### **7.5 Μέσα Διαφήμισης των Υπηρεσιών.**

Με την άνθηση της δημοτικότητας των υπαρχόντων social media καθώς και των blog (είτε προσωπικών ή εταιρικών), παράλληλα και η επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Ειδικότερα, η AirFastTickets είναι εγγεγραμμένη στα πιο επικρατέστερα social media όπως το Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn και Google+ (Google Plus). Διατηρεί ένα συνδυασμό επαγγελματικού και χαρούμενου ύφους, προωθώντας τις τουριστικές υπηρεσίες της αλλά και την εξυπηρέτηση των χρηστών σε όλες τις κοινωνικές πλατφόρμες. Στην πλατφόρμα του Facebook, Google Plus και του Twitter δίδεται η έμφαση στην:

- Προώθηση τουριστικών προορισμών.
- Ανάρτηση διαγωνισμών.
- Εξυπηρέτηση χρηστών των social media.

Το εταιρικό προφίλ του γραφείου, στην πλατφόρμα YouTube, ασχολείται με την ανάρτηση τηλεοπτικών διαφημιστικών σποτ από την ελληνική και ξένη τηλεόραση αλλά και βίντεο που προβάλλουν τις εγκαταστάσεις των γραφείων της AirFastTickets καθώς και διάφορες εκδηλώσεις όπου συμμετέχει η εταιρεία, όπως τον ρόλο χορηγού στο MAD VMA 2014. Το τηλεοπτικό σποτ 'Air Bahal' είναι η δημοφιλέστερη διαφήμιση της AirFastTickets και φτάνει τις 5.000.000 προβολές (views) στο YouTube. (Airfasttickets, 2014).

Στο LinkedIn, η δημοφιλής κοινωνική πλατφόρμα για επαγγελματίες και επιχειρήσεις, η εταιρεία διατηρεί λογαριασμό για την προβολή της εταιρείας με κατοχυρωμένα στοιχεία επικοινωνίας για τυχόν ανακοινώσεις κενών θέσεων εργασίας.

Εκτός της πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχουν τα social media η εταιρεία χρησιμοποιεί και κλασσικούς τρόπους διαφήμισης όπως η τοιχοκόλληση διαφημιστικών αφισών σε σταθμούς αστικής συγκοινωνίας (λεωφορείων, τραμ, ηλεκτρικού και μετρό), η τηλεοπτική διαφήμιση σε διάφορα ιδιωτικά και κρατικά κανάλια, έντυπη διαφήμιση σε περιοδική, ενίοτε ραδιοφωνική διαφήμιση καθώς και διαφήμιση στο Διαδίκτυο στις πιο γνωστές μηχανές αναζήτησης όπως Google, Bing και Safari.

### **7.6 Υπηρεσίες της Εταιρείας.**

Η 'AirFastTickets' είναι τουριστικό πρακτορείο γενικού τουρισμού και δραστηριοποιείται στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό μέσω Διαδικτύου. Η εταιρεία εξειδικεύεται στην σύνθεση, προώθηση και πώληση τουριστικών προϊόντων μέσω του Διαδικτύου, συγκεκριμένα μέσω της μητρικής ιστοσελίδας [www.airfasttickets.gr](http://www.airfasttickets.gr). Το πρακτορείο προμηθεύεται τα αεροπορικά εισιτήρια της μέσω τριών συστημάτων κρατήσεων: Amadeus, Sabre και Travelport.

Συνοπτικά, οι υπηρεσίες του γραφείου είναι οι εξής:

- Έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων εσωτερικού και εξωτερικού
- Εκδόσεις ακτοπλοϊκών εισιτηρίων για όλα τα νησιά της Ελλάδας και διεθνών γραμμών Αδριατικής με όλες τις ναυτιλιακές εταιρίες
- Internet Sales μέσω του δικτύου της εταιρείας



- Κρατήσεις ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως
- Ενοικίαση αυτοκινήτων
- Σχεδίαση ταξιδιών ειδικού ενδιαφέροντος (γαμήλια, σκι, αγροτουρισμός, τουρισμός για την τρίτη ηλικία)
- Οργανωμένες εκδρομές στην Ελλάδα και το εξωτερικό (Tours)
- Κρουαζιέρες
- Μεταφορές (πούλμαν, μίνι-βαν ή λιμουζίνα)
- Εισερχόμενος τουρισμός
- Εξερχόμενος τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Εναλλακτικός τουρισμός
- Οργάνωση συνεδρίων και εταιρικών ταξιδιών
- Τηλεφωνική υποστήριξη από τους ταξιδιωτικούς συμβούλους του γραφείου, 24ώρες το 24ωρο

Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται για την παροχή υπηρεσιών της εταιρείας είναι οι εξής:

- Με τραπεζική κατάθεση σε λογαριασμό της εταιρείας στην Εθνική Τράπεζα και Eurobank
- Με την καταβολή χρημάτων στα γραφεία της εταιρείας
- Online τραπεζική συναλλαγή μέσω της ιστοσελίδας [www.airfasttickets.gr](http://www.airfasttickets.gr).

Η AirFastTickets έχει εκφράσει την πρόθεση της να δέχεται Bitcoin, το νέο ψηφιακό νόμισμα που επιτρέπει άμεσες πληρωμές, ως νέο τρόπο εμπορικής συναλλαγής. Η καινοτόμος εταιρεία είναι το πρώτο πρακτορείο ταξιδιωτικών κρατήσεων στην Ευρώπη

και στις Η.Π.Α που δέχεται το ψηφιακό νόμισμα ως πληρωμή για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με αυτό τον τρόπο καλύπτει ένα εύρος πελατών που προτιμούν αποκλειστικά την χρήση Bitcoin για τις αγορές τους. (PC Magazine, 2014).

Με την ανάπτυξη της αγοράς των εφαρμογών για τα 'έξυπνα κινητά' (smartphones), οι περισσότερες εταιρείες δημιουργούν εφαρμογές για την διαφήμιση και προώθηση των υπηρεσιών τους. Έτσι λοιπόν και η AirFastTickets έχει δημιουργήσει την δική της εφαρμογή ώστε να διευκολύνει τους μοντέρνους χρήστες στην εκπλήρωση αγοράς υπηρεσιών που προσφέρει το τουριστικό πρακτορείο. Η εφαρμογή φέρει την επωνυμία της εταιρείας, δηλαδή 'airfasttickets', υποστηρίζει την Αγγλική και Ελληνική γλώσσα και είναι άμεσα διαθέσιμο στο App Store της Apple και στο εγγύς μέλλον και στο Play Store της Google. (App Store, 2014).

Η εφαρμογή του App Store τρέχει σε λειτουργικό σύστημα iOS των προϊόντων της Apple, είναι προσαρμοσμένη στην έκδοση iOS 6.0 και μεταγενέστερες εκδόσεις, και επιπλέον είναι συμβατή με όλες τις συσκευές της Apple όπως iPhone, iPad και iPod Touch. Τα χαρακτηριστικά της εφαρμογής είναι τα εξής:

- Κρατήσεις πτήσεων, ξενοδοχείων κα πακέτων διακοπών
- Φίλτρα πτήσεων κατά τιμή, διάρκεια και ώρα
- Φίλτρα ξενοδοχείων κατά τιμή, τοποθεσία και κατηγορία
- Πάνω από 56,000 Ξενοδοχεία για να επιλέξει ο χρήστης από τον κατάλογο της ιστοσελίδας
- Επιλογή να χρησιμοποιήσει την τοποθεσία του χρήστη για ακόμα πιο γρήγορη αναζήτηση μέσω τεχνολογίας GPS

Με τις σύγχρονες ανάγκες των εταιρειών να στέλνουν τα στελέχη τους σε επαγγελματικά ταξίδια ή επαγγελματίες να πραγματοποιούν ταξίδια κινήτρων έχει δημιουργηθεί και η ανάλογη ζήτηση στην αγορά του τουρισμού. Έτσι λοιπόν, η AirFastTickets δημιούργησε το ανάλογο τμήμα στο κέντρο του Λονδίνου της Μεγάλης Βρετανίας, λέγεται Perseus Corporate Travel by AirFastTickets και η προβολή και αγορά των υπηρεσιών αυτών πραγματοποιούνται στην ιστοσελίδα του τμήματος.



Το τμήμα είναι επανδρωμένο με επαγγελματίες από το χώρο του τουρισμού, με χρόνια εμπειρίας στην εξυπηρέτηση πελατών-εταιρειών και αφιερωμένοι στην εύρεση των καλύτερων τιμών της αγοράς για ενοικίαση δωματίων, ξενοδοχειακές κρατήσεις, αεροπορικά εισιτήρια και λοιπά. Στόχος του τμήματος είναι η πλήρης παροχή τουριστικών υπηρεσιών για εταιρείες, προσφέροντας ένα πλήρες φάσμα προϊόντων διαχείρισης ταξιδιών τα οποία επιτρέπουν στους χρήστες (εταιρείες) να πραγματοποιούν κρατήσεις ταξιδιών για τα στελέχη τους χωρίς την άμεση παρέμβαση του ίδιου του τουριστικού πρακτορείου.

Ο κατάλογος των προσφερόμενων υπηρεσιών διαχωρίζονται σε τρία πακέτα: Perseus Blue, Perseus Silver και Perseus Platinum. Το κάθε πακέτο είναι διαφορετικό από το άλλο, προσφέροντας ξεχωριστά πλεονεκτήματα και υπηρεσίες ανάλογα τις ανάγκες του κάθε πελάτη-εταιρεία. Τα πλεονεκτήματα των υπηρεσιών είναι τα εξής:

- Αποδοτικός τρόπος διαχείρισης των εξόδων του επαγγελματικού ταξιδιού
- Παροχή διαθέσιμων τιμών των ναύλων, καθώς και την σύγκριση τους μεταξύ όλων των διαθέσιμων φορέων αλλά και την επιλογή κρατήσεων μέσω του συστήματος διαχείρισης
- Άμεση έγκριση κρατήσεων πριν την έκδοση τους, σε περίπτωση εύρεσης χαμηλότερης τιμής ενός εισιτηρίου από άλλον φορέα
- Άμεση βοήθεια από το κέντρο εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας



Το πρώτο πακέτο *Perseus Blue* είναι το βασικό μοντέλο διαχείρισης κρατήσεων των επαγγελματικών ταξιδιών που προσφέρει το branch του Λονδίνου. Βασικά χαρακτηριστικά του πακέτου είναι:

- ✚ Η αποκλειστική συμφωνία με έναν προμηθευτή που προσφέρει ένα ευρύ φάσμα των ναύλων, συμπεριλαμβανομένων και των διαπραγματεύσιμων τιμών που εξασφάλισε το τουριστικό γραφείο με ένα ευρύ φάσμα φορέων από όλο τον κόσμο.
- ✚ Παροχή ειδικής ομάδας που εξασφαλίζει τιμές για την κάλυψη των αναγκών του πελάτη μέσα σε ένα εγγυημένο χρονικό διάστημα.
- ✚ Ειδικό διαχειριστή που θα δουλεύει για λογαριασμό της εταιρείας, ο οποίος θα παρέχει ενημερώσεις και αναφορές οικονομικής φύσεως για τα επαγγελματικά ταξίδια που πραγματοποιεί ο πελάτης-εταιρεία.



Το δεύτερο πακέτο ονομάζεται *Perseus Silver* και προσφέρει παρόμοιες λειτουργίες με το πρώτο πακέτο με την διαφορά ότι είναι προηγμένο μοντέλο συστήματος διαχείρισης κρατήσεων και πιο αποτελεσματικό καθώς επιτρέπει στους πελάτες να πραγματοποιούν κρατήσεις πτήσεων, ξενοδοχείων, διαμερισμάτων και λοιπά μέσω της ασφαλούς διαδικασίας του συστήματος. Αναλυτικότερα τα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

- ✚ Σύγκριση τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων μέσω του συστήματος με απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο.

- ✚ Προσφέρει την λειτουργία άμεσης κράτησης αλλά και την λειτουργία αναμονής, η οποία επιτρέπει να ολοκληρωθεί η διαδικασία της κράτησης οποιαδήποτε άλλη στιγμή.
- ✚ Παροχή δύο υπηρεσιών που προσφέρονται και στα τρία πακέτα Perseus, δηλαδή της ειδικής ομάδας που εξασφαλίζει τιμές για την κάλυψη των αναγκών του πελάτη μέσα σε ένα εγγυημένο χρονικό διάστημα καθώς και ένα διαχειριστή που παρέχει ενημερώσεις και αναφορές περί των επαγγελματικών ταξιδιών του πελάτη-εταιρεία.



Το τρίτο πακέτο της εταιρείας ονομάζεται *Perseus Premium*, ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης κρατήσεων με πολλαπλές λειτουργίες, ιδανικό για πολυεθνικές εταιρείες που πραγματοποιούν πολλαπλά επαγγελματικά ταξίδια για τα στελέχη τους. Περιλαμβάνει την νεότερη παράμετρο, σε σύγκριση με τα προηγούμενα δύο πακέτα, την διαχείριση των εξόδων μέσω σύνδεσης στο Διαδίκτυο καθώς και συμπεριλαμβάνει τις βασικές λειτουργίες των προηγούμενων πακέτων. Τα βασικά χαρακτηριστικά του πακέτου Premium είναι τα εξής:

- ✚ Ευέλικτη ηλεκτρονική διαδικασία που επιτρέπει στους διαχειριστές να καταγράψουν την απόφαση τους προτού εκδοθεί.
- ✚ Προβολή διαθέσιμων τιμών για πτήσεις, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και αυτοκίνητα.
- ✚ Η διαμόρφωση της πολιτικής ταξιδιών για τον πελάτη-εταιρεία, λαμβάνοντας υπόψιν τις ανάλογες ανάγκες του. Έτσι θα προτείνει τις κατάλληλες τουριστικές υπηρεσίες που ενδιαφέρουν την εταιρεία.
- ✚ Διαθέσιμη εφαρμογή για smartphones. Συνδέεται απευθείας με το λογαριασμό του διαχειριστή και επιτρέπει την παρακολούθηση τιμών και κρατήσεων.



PayPal ή τραπεζικού εμβάσματος. Με ανακοίνωση της ιστοσελίδας, το affiliate πρόγραμμα της Airfasttickets τερματίστηκε 7 Ιουλίου. (GreekAffiliates.gr, 2014).

Το παρακλάδι της AirFastTickets στην Μεγάλη Βρετανία έχει εγγραφεί στο affiliate δίκτυο της εταιρείας Tradedoubler, η οποία εξειδικεύεται στο affiliate marketing. Στο δίκτυο του Tradedoubler το τουριστικό γραφείο προσφέρει στους Βρετανούς χρήστες, που επιθυμούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα συνεργασίας της AirFastTickets, την δυνατότητα να κερδίσουν προμήθεια μεταξύ £5-£10 ανάλογα την κατηγορία κράτησης που πραγματοποιήθηκε μέσω την διαφήμιση του χρήστη. (Faustino, J. (2014). Το πρόγραμμα προσφέρει προμήθεια στις ακόλουθες κατηγορίες κρατήσεων:

- ✚ Αεροπορικές πτήσεις
- ✚ Ξενοδοχειακές κρατήσεις
- ✚ Πακέτο ξενοδοχειακής κράτησης και αεροπορικής πτήσης
- ✚ Ενοικιάσεις αυτοκινήτων

### **7.7 Η Ιστοσελίδα.**

Η ιστοσελίδα του τουριστικού γραφείου φέρει την υπογραφή της Αμερικάνικης εταιρείας VeriSign, η οποία έχει αναπτύξει ένα ασφαλές λογισμικό συναλλαγών το οποίο κρυπτογραφεί όλες τις προσωπικές πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων των πιστωτικών καρτών. Η διαδικασία της κρυπτογράφησης λαμβάνει τις πληροφορίες που εισάγονται και τις μετατρέπει σε κομμάτια κώδικα που μεταδίδονται με ασφάλεια μέσω του Διαδικτύου. Με αυτό τον τρόπο, ο πελάτης μπορεί σε ασφαλές περιβάλλον να διεξάγει τις αγορές του στην ιστοσελίδα της AirFastTickets.

Η κεντρική ιστοσελίδα της εταιρείας έχει διαμορφωποιηθεί και συμπεριλαμβάνει και τις ιστοσελίδες των γραφείων που έχει ιδρύσει η εταιρεία στο εξωτερικό όπως της Γερμανίας, Ρωσίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, των Η.Π.Α και της Ελλάδας αλλά και τις διευθύνσεις των γραφείων.

Με πρόσφατη αναβάθμιση της ιστοσελίδας του τουριστικού γραφείου, προσφέρει δωρεάν εγγραφή λογαριασμού ώστε ο πελάτης να ενημερώνεται διαρκώς για νέες προσφορές της AirFastTickets στη μισή τιμή. Επιπλέον προσφέρει και εγγύηση

καλύτερης τιμής, το οποίο προβλέπει την παροχή έκπτωσης 50 Ευρώ σε περίπτωση ο πελάτης βρει χαμηλότερη τιμή από εκείνη που προσφέρει η AirFastTickets, σε οποιοδήποτε πακέτο διακοπών εφόσον πληροί τις ακόλουθες προϋποθέσεις (Content.airfasttickets.gr, 2014):

- Έχουν περάσει λιγότερες από 24 ώρες από τη στιγμή που πραγματοποιήθηκε η κράτηση.
- Οι φόροι και τα τέλη συμπεριλαμβάνονται και στις δύο τιμές.
- Η κράτηση και τιμή αφορά τους ίδιους προμηθευτές, ίδιες ημερομηνίες, παροχές και συμφωνίες.
- Η τιμή αφορά το ίδιο νόμισμα συναλλαγής.
- Η συγκρινόμενη τιμή δεν αποτελεί αποτέλεσμα μιας προσφοράς ή έκπτωσης.

Με την νέα αναβάθμιση της μητρικής ιστοσελίδας της AirFastTickets ενσωματώθηκε και μια νέα καινοτόμα λειτουργία στο χώρο του online marketing. Η λειτουργία «I'm feeling Lucky - Η τύχη σου δουλεύει» προβλέπει ότι όσοι πελάτες αναζητήσουν τουριστικούς προορισμούς μέσω του σχετικού προγράμματος, με προεπιλεγμένη μία από τις 3 επιλογές του ταξιδιού (πτήση, ξενοδοχείο ή ολοκληρωμένο πακέτο) που επιθυμούν, θα επιλέγονται απευθείας ηλεκτρονικά μέσα από αυτόματη κλήρωση και θα έχουν την ευκαιρία να κερδίσουν έκπτωση μέχρι 100€ στην τελική ταξιδιωτική τους επιλογή. Η συγκεκριμένη λειτουργία προσφέρει δύο μεγάλα πλεονεκτήματα για τους πιστούς πελάτες:

- Υπόσχεση της χαμηλότερης τιμής της αγοράς με την εγγύηση της εταιρείας
- Επιπλέον 20% πιθανότητα ο πελάτης να λάβει μια έξτρα μείωση μέχρι 100€ στο τελικό ποσό του ταξιδιού

Επειδή η λειτουργία αξιοποιεί τις δυνατότητες που παρέχουν τα social media, η μοναδική προϋπόθεση για να λάβει ο χρήστης την έκπτωση του είναι η 'κοινοποίηση' (Share) της έκπτωσης στο Facebook προφίλ του. Εφόσον κάποιος τυχερός κληρωθεί νικητής, η έκπτωση μέχρι 100 ευρώ υπολογίζεται αυτόματα στα αποτελέσματά των ταξιδιών του και το σύστημα προχωράει στη κράτηση με τη νέα μειωμένη τελική τιμή. Εάν δεν σταθεί



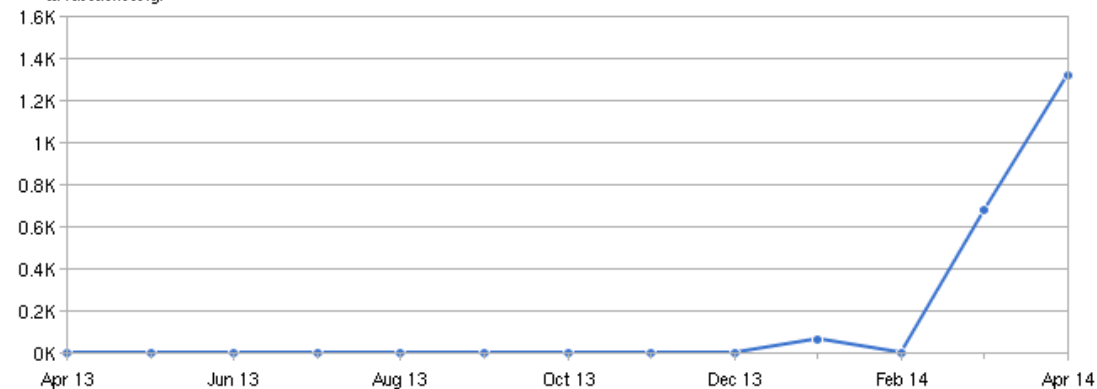
τυχερός ο χρήστης μπορεί να ξαναδοκιμάσει μετά από 24 ώρες. (Content.airfasttickets.gr, 2014)

Η εταιρεία επίσης προσφέρει στους χρήστες της ιστοσελίδας την επιλογή 'Online Check-In', ένα εύχρηστο πρόγραμμα που καθιστά την χρονοβόρα διαδικασία να κλείνει ο ίδιος ο πελάτης το ταξίδι του ακόμα πιο εύκολη, με την παροχή ενημερωμένου καταλόγου των αεροπορικών εταιρειών και των αντιστοίχων ιστοσελίδων για την άμεση εκτύπωση της κάρτας επιβίβασης έως και 24 ώρες πριν την πτήση του πελάτη. (Content.airfasttickets.gr, 2014)

Υπολογίζεται ότι σε ετήσια βάση περίπου 35.000.000 επισκέψεις πραγματοποιούνται στην μητρική ιστοσελίδα και τις αντίστοιχες μεταφρασμένες σελίδες για τους ξένους πελάτες, όπου υπολογίζεται σε μηνιαία βάση περίπου 3.100.000 επισκέψεις και σε ημερήσια βάση 103.000 επισκέψεις. Επιπροσθέτως, η ιστοσελίδα Airfasttickets.com έχει βαθμολογία 3/10 Google PageRank. Τα αναφερθέντα αποτελέσματα προέρχονται κατόπιν αναλυτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε από την ιστοσελίδα w3snoop.com και από Google PageRank και αφορά την επισκεψιμότητα του τελευταίου δωδεκαμήνου. (Airfasttickets.gr.w3snoop.com, 2014)

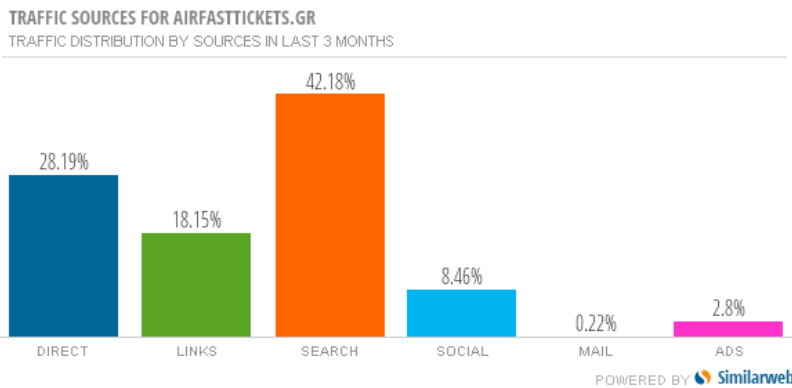
### Unique Visitors

airfasttickets.gr



Πηγή: [www.compete.com](http://www.compete.com) 12 months Chart 1

Σύμφωνα με ανάλυση της SimilarWeb, η ελληνική ιστοσελίδα της εταιρείας ([www.airfasttickets.gr](http://www.airfasttickets.gr)) το πρώτο τρίμηνο του 2014 έχει αποκτήσει το μεγαλύτερο ποσοστό προβολών από αναζήτηση της ιστοσελίδας μέσω την μηχανών αναζήτησης (Google, Bing και Safari) και λέξεις-κλειδιών με αποτέλεσμα να έχει Google PageRank 4/10. Το επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό προβολών αποκτά μέσω απευθείας σύνδεση του χρήστη χωρίς επιμέρους links, ενώ τρίτο ποσοστό κατακτούν τα links είτε μέσω προγραμμάτων συνεργασίας (affiliate marketing) είτε από διάφορες ιστοσελίδες που έχει αναρτηθεί το URL της ιστοσελίδας. Τέλος, το μικρότερο μερίδιο έχουν τα social media και οι διαφημίσεις μέσω διαφημιστικών προγραμμάτων του Διαδικτύου όπως π.χ. Google Adwords, Bing Ads, Vrisko.gr. (SimilarWeb, 2014)



Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) Chart 1

## 7.8 Κύκλος Εργασιών της Εταιρείας.

Με έτος έναρξης λειτουργίας το 2009 η εταιρεία δεν είχε δυναμική ανάπτυξη μέχρι το επόμενο οικονομικό έτος του 2010, όπου αναπτύχθηκε δραστικά το τουριστικό γραφείο, επανδρωμένο με 40 υπαλλήλους. Μέχρι το τέλος του οικονομικού έτους 2011 η εταιρεία ανακοίνωσε ότι έκλεισε κύκλο εργασιών ύψους 30 εκατομμυρίων Ευρώ, συμπεριλαμβανομένων και των αεροπορικών εισιτηρίων, που σημαίνει πως έκανε τζίρο 2.758.163 Ευρώ (χωρίς τις πωλήσεις των αεροπορικών εισιτηρίων) και κέρδος περίπου 924.075 Ευρώ. Συγκεντρωτικά, το καθαρό κέρδος μετά από φόρους ανέρχεται στα 701.128 Ευρώ. Ο πρόεδρος επισήμανε σε ανακοίνωση του ότι η AirFastTickets διαθέτει 10 εκατομμύρια Ευρώ ρευστότητα και ότι το 10% του τζίρου προήλθε από την ελληνική αγορά. (Λιαπάκη, 2012)

Στο κλείσιμο του οικονομικού έτους 2012, η οικονομική κατάσταση της εταιρείας εκδόθηκε από το Υπουργείο Οικονομικών, όπου η αναφορά δείχνει ότι το γραφείο σημείωσε τζίρο 7.914.335 ευρώ με κέρδος περίπου 3.618.233 ευρώ προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων. Τα καθαρά κέρδη, μετά από αφαίρεση των φόρων, ανέρχονται στα 2.804.653 Ευρώ. (Eishtiria.gr, 2013)

Σύμφωνα με την οικονομική κατάσταση που εκδόθηκε, η εταιρεία έκλεισε το κύκλο εργασιών του 2013 με έσοδα 14.053.998 ευρώ, τα κέρδη ανέρχονται περίπου 7.457.617 ευρώ προ φόρων, αποσβέσεων και τόκων ενώ τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους ανέρχονται 7.042.688 Ευρώ. (Eishtiria.gr, 2013)

### **7.9 Η αρνητική εικόνα της Airfasttickets.**

Από την ημέρα της ίδρυσης της, η AirFastTickets κατάφερε επιτυχώς να αναπτυχθεί ραγδαία μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα με αποτέλεσμα να δημιουργήσει brand name στην αγορά της τουριστικής βιομηχανίας μέσω της επιθετικής διαφήμισης. Ωστόσο, πέρα από την επίτευξη των σκοπών της εταιρείας και την θετική δημόσια εικόνα που διατηρεί, έχει έρθει αντιμέτωπη με εμπόδια πάσης φύσεως που επηρεάζουν αρνητικά τόσο το εταιρικό προφίλ όσο και την γνώμη των καταναλωτών τουριστικών υπηρεσιών.

Αναζητώντας για τυχόν παράπονα από χρήστες τουριστικών προϊόντων βρέθηκε αντίστοιχο θέμα προς συζήτηση στην κοινότητα του TripAdvisor. Το Μάρτιο του 2014 δημιουργήθηκε θέμα προς συζήτηση στο forum σχετικά με το βρετανικό παρακλάδι της AirFastTickets και αν είναι φερέγγυο online travel agency προς την εκπλήρωση των υποσχέσεων της προς τους πελάτες. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της αναζήτησης του TripAdvisor, ένα μερίδιο των πελατών δεν έλαβε ποτέ επιστροφή χρημάτων έπειτα από ακύρωση κράτησης ή έλαβε μόνο το 50% των χρημάτων. (Tripadvisor.com, 2014)

Με αναζήτηση στο Google, βρέθηκε στα πρώτα αποτελέσματα το ReviewCentre. Η ιστοσελίδα αποτελεί παγκόσμια κοινότητα χρηστών που αξιολογούν προϊόντα και υπηρεσίες βάση προσωπικών εμπειριών. Αναζητώντας την Airfasttickets στη ιστοσελίδα, βρέθηκε το αποτέλεσμα της εταιρείας στην κατηγορία του τουρισμού, και σύμφωνα με τις αξιολογήσεις των χρηστών η εταιρεία έχει πολύ χαμηλή βαθμολογία 1.5 από 5, και

σύμφωνα με την ανταπόκριση του forum, το τουριστικό γραφείο δεν είναι φερέγγυο και συχνό πρόβλημα που εμφανίζεται είναι η ελλιπής επικοινωνία μεταξύ εταιρείας και πελάτη καθώς και το πρόβλημα με την επιστροφή χρημάτων κατόπιν ακύρωσης κράτησης και έξτρα χρέωση αποσκευών παρόλο που διευκρίνιζε η εταιρεία ότι η αποσκευή συμπεριλαμβάνεται στη τιμή στην αρχική κράτηση. (Review Centre, 2014)

Πρόσφατα την περίοδο Μάιο - Ιούνιο 2014, η IATA “τερμάτισε” την επιχειρηματική λειτουργία του παρακλαδιού της Airfasttickets στο Ηνωμένο Βασίλειο και στην Γερμανία λόγω των οικονομικών οφειλών ύψους € 45.000.000 προς την IATA, με αποτέλεσμα να μην μπορεί, πλέον, να εκδώσει και να διαθέσει αεροπορικά εισιτήρια στην τουριστική αγορά. Συγκεκριμένα, η εταιρεία οφείλει 13,9 εκατ. ευρώ για το Ηνωμένο Βασίλειο, 22 εκατ. ευρώ για την Γερμανία και 9 εκατ. ευρώ για την Ελλάδα. Συνεπώς, η εταιρεία πλέον δεν μπορεί να προμηθευτεί αεροπορικά εισιτήρια καθώς έχασε το δικαίωμα έκδοσης, τιμολόγησης και πληρωμής των εισιτηρίων. (Griffiths, 2014)

### **7.10 Συμπεράσματα.**

Η Airfasttickets είναι η πρώτη ελληνική εταιρεία που άρχισε δυναμικά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες στην βιομηχανία του Τουρισμού, με στόχο την καθιέρωση στο χώρο των online travel agencies. Ωστόσο, στο χώρο των διαδικτυακών τουριστικών κρατήσεων υπάρχουν οι καθιερωμένες εταιρείες κολοσσοί όπως η Expedia, Booking.com, Viva Services, Travelocity και λοιπά, όπου προσφέρουν δελεαστικές προσφορές μέσω social media, newsletters, e-mails όπως επίσης έχουν επενδύσει στο τομέα της εξυπηρέτησης πελατών, ο οποίος τομέας είναι ιδιαίτερος καθώς αποτελεί την ραχοκοκαλιά μιας επιτυχημένης εταιρείας.

Βάση όλης της έρευνας που πραγματοποιήθηκε μέσω της χρήσης του Διαδικτύου, καθώς και δημοσιογραφικών άρθρων και την εμπειρία ατόμων από διάφορους κύκλους, το τελικό συμπέρασμα είναι ότι η εταιρεία παρότι έχει επενδύσει στο τομέα της δημόσιας εικόνας όπως και στις νέες τεχνολογίες και καινοτομίες της ιστοσελίδας, αντιμετωπίζει μεγάλο πρόβλημα στο θέμα της σχέσης μεταξύ εταιρεία και πελάτη. Όπως είπε ο Bill Gates, ιδρυτής της Microsoft: *‘Your most unhappy customers are your greatest source of learning’*, δηλαδή οι πιο δυσαρεστημένοι πελάτες είναι η μεγαλύτερη πηγή μάθησης,

έτσι λοιπόν η Airfasttickets πρέπει να ασπαστεί την φιλοσοφία αυτή, να ακούσει και να λάβει σοβαρά τα παράπονα των πελατών της, καθώς το Διαδίκτυο αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι των τουριστικών πρακτορείων, και να αφοσιωθεί στην καλύτερευση του κέντρου εξυπηρέτησης πελατών μέσω περαιτέρω εκπαίδευσης του προσωπικού με ειδικά σεμινάρια για την μελλοντική αντιμετώπιση και διαχείριση προβλημάτων των πελατών.

Εντέλει, θέλω να επισημάνω ότι η εταιρεία θα πρέπει να λάβει σοβαρά την κοινότητα του Διαδικτύου και να εισακούσει την κοινή γνώμη των χρηστών καθώς οποιοσδήποτε που ενδιαφέρεται να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της Airfasttickets θα έρθει αντιμέτωπος είτε με αρνητικές κριτικές και παρατηρήσεις στα διάφορα forum είτε με χρήστες που έχουν ανάμεικτα συναισθήματα από το αποτέλεσμα των αγορών τους από το συγκεκριμένο τουριστικό πρακτορείο, με αποτέλεσμα ο ενδιαφερόμενος να πάθει παράλυση από την υπερανάλυση λόγω των εκατοντάδων σχολίων που υπάρχουν στο Διαδίκτυο και να τον αποτρέψει να δοκιμάσει τις υπηρεσίες της εταιρείας.

## Βιβλιογραφία.

1. Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. and Λύτρας, Π. (1999). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. 1st ed. Αθήνα: Interbooks, p.84.
2. Θεοχάρης, Ν. (n.d.). *Συστήματα Κρατήσεων στον τουριστικό τομέα..* 1st ed. [ebook] TravelDailyNews, pp.12-13. Available at: <http://traveldailynews.gr/pdf/Erth3/NikosTheoharis.pdf> [Accessed 5 Dec. 2013].
3. Καλαντώνης, Π. (2013). *Οδηγός επαγγέλματος τμήματος τουριστικών επιχειρήσεων*. 1st ed. Αθήνα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Τ.Ε.Ι.) Πειραιά / Α - Τ.Ε.Ι.
4. Κυριακοπούλου, Ζ. (2003). *Global Distribution Systems - Συστήματα Κρατήσεων Αεροπορικών Εταιρειών & Ταξιδιωτικών Πρακτορειών Με Χρήση Η/Υ*. 1st ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΙΟΣ,
5. Λιαπάκη, Ν. (2012). Επενδυτικό πλάνο ύψους 9 εκ.ευρώ εκπονεί η Airfasttickets. ΕΞΠΡΕΣ, [online] p.1. Available at: [http://www.express.gr/news/ellada/629464oz\\_20080225629464.php3](http://www.express.gr/news/ellada/629464oz_20080225629464.php3) [Accessed 7 May 2014].
6. Μυλωνόπουλος, Δ. (2011). *Τουριστικό Δίκαιο*, εκδ. Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.
7. Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων – Προγραμματισμός Ταξιδιού – Σύνθεση Τουριστικών Πακέτων*. 1st ed. Αθήνα: Interbooks.
8. Πρασσάκη, Έ. (2013). Η AirFastTickets βελτιώνει τις επικοινωνιακές τις ανάγκες με το Cisco Business Edition 6000. [online] Cisco. Available at: [http://www.cisco.com/web/GR/news/13/news\\_011013.html](http://www.cisco.com/web/GR/news/13/news_011013.html) [Accessed 28 Jun. 2014].
9. Ρόκου, Τ. (2014). Η Airfasttickets στο πλευρό του Συλλόγου ΕΛΠΙΔΑ. Travel Daily News, [online] p.1. Available at: <http://traveldailynews.gr/news/article/57810> [Accessed 13 Jun. 2014].
10. Ρούπας, Β. (1993). *Αρχές Τουρισμού*. 1st ed. Αθήνα: Interbooks, p.7.

11. Ν. 393/1976 (ΦΕΚ 199/Α) «Περί ιδρύσεως και λειτουργίας τουριστικών γραφείων»
12. Ν (ΦΕΚ 29/Α) «Τουριστική Εκπαίδευση και κατάρτιση, ρυθμίσεις για τον τουρισμό και άλλες διατάξεις»
13. Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά Γραφεία Ίδρυση-Οργάνωση-Λειτουργία*. 1st ed. Αθήνα: Interbooks.
14. Beaver, A. (2002). *A dictionary of travel and tourism terminology*. 1st ed. Wallington, Oxon: CABI Pub.
15. Sheldon, P., Wöber, K. and Fesenmaier, D. (2001). *Information and communication technologies in tourism 2001*. 1st ed. Wien: Springer.

## Ηλεκτρονικές Πηγές.

1. Airfasttickets, (2014). Air Bahal - TV Spot. [video] Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=JWz\\_UM7wAPQ](https://www.youtube.com/watch?v=JWz_UM7wAPQ) [Accessed 14 May 2014].
2. Airfasttickets.gr.w3snoop.com, (2014). airfasttickets.gr. [online] Available at: <http://airfasttickets.gr.w3snoop.com/> [Accessed 13 Jun. 2014].
3. App Store, (2014). AirFastTickets Greece. [online] Available at: <https://itunes.apple.com/us/app/airfasttickets-greece/id814628735?mt=8> [Accessed 27 Apr. 2014].
4. Athens Tourism, (2014). *Τουρισμός στην Ελλάδα*. Available at: <http://www.athenstourism.gr> [Accessed 8 Sep. 2013].
5. Barcelona Field Studies Centre, (2013). *Tourism Costs and Benefits*. [online] Available at: <http://geographyfieldwork.com/TourismProsCons.htm> [Accessed 1 Sep. 2013].
6. Businessawardseurope.com, (2013). airfasttickets - 2013 | The European Business Awards. [online] Available at: <http://www.businessawardseurope.com/vote/detail/the-rsm-international-entrepreneur-of-the-year-award/8695> [Accessed 7 May 2014].
7. Chartered Institute of Public Relations, (2013). *CIPR Social Media Panel launches new Social Media best practice guide*. [online] Available at: <http://newsroom.cipr.co.uk/cipr-social-media-panel-launches-new-social-media-best-practice-guide/> [Accessed 4 Dec. 2013].
8. Cohen, A. (1998). *Cross-Border Ticketing: STPs Yield Savings - Business Travel News*. [online] Businessstravelnews.com. Available at: <http://www.businessstravelnews.com/More-News/Cross-Border-Ticketing--STPs-Yield-Savings/?a=btn> [Accessed 8 Dec. 2013].
9. Content.airfasttickets.gr, (2014). AirfastTickets Greece - Feeling Lucky - How does it work?. [online] Available at:



- [http://content.airfasttickets.gr/feelinglucky\\_lp?culture=el-GR](http://content.airfasttickets.gr/feelinglucky_lp?culture=el-GR) [Accessed 11 May 2014].
10. Content.airfasttickets.gr, (2014). AirfastTickets Greece - Online Check-In | AirFastTickets. [online] Available at: <http://content.airfasttickets.gr/online-check-in?culture=el-GR> [Accessed 11 May 2014].
  11. Content.airfasttickets.gr, (2014). AirfastTickets Greece - Εγγύηση Καλύτερης Τιμής | AirFastTickets | Όροι και Προϋποθέσεις. [online] Available at: <http://content.airfasttickets.gr/guaranteeterms> [Accessed 11 Apr. 2014].
  12. Digitaljournal.com, (2014). AirFastTickets.com Announces Partnership with Yankees and Mets Radio as Official On-the-Road Travel Sponsor - Press Release - Digital Journal. [online] Available at: <http://www.digitaljournal.com/pr/1957751> [Accessed 15 Jun. 2014].
  13. Dogac, A, Kabak, Y, Laleci, G, Sinir, S, Yildiz, A, Kirbas, S & Gurcan, Y. (2004). *'Semantically enriched web services for the travel industry'*, SIGMOD Rec., vol. 33, no. 3, pp. 21-7.
  14. Ebizmba.com, (2014). *Top 15 Most Popular Travel Websites | June 2014*. [online] Available at: <http://www.ebizmba.com/articles/travel-websites> [Accessed 1 Jun. 2014].
  15. Ectaa.org, (2013). *European Travel Agents & Tour Operators Association - History*. [online] Available at: [http://www.ectaa.org/en/detail\\_16.aspx](http://www.ectaa.org/en/detail_16.aspx) [Accessed 8 Jul. 2013].
  16. Eishtiria.gr, (2013). Fast Group Ανώνυμη Εταιρεία Τουριστικές Επιχειρήσεις Κτηματικές Συναλλαγές. [online] Available at: <http://www.eishtiria.gr/> [Accessed 18 Jun. 2014].
  17. Elinext.com, (2012). *Mobile apps help travel agencies acquire more clients*. [online] Available at: <http://www.elinext.com/mobile-apps-help-travel-agencies-acquire-more-clients> [Accessed 17 Nov. 2013].
  18. EMEA.gr, (2013). Πιστοποιητικό ISO 9001:2008 για την Airfasttickets - EMEA.gr. [online] Available at: <http://www.emea.gr/%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-iso->

- 90012008-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CE%BD-airfasttickets/351523 [Accessed 2 May 2014].
19. EMEA.gr, (2014). Τα βραβεία του EBEA - Βραβεύτηκε και η... AirFastTickets - EMEA.gr. [online] Available at: <http://www.emea.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B2%CF%81%CE%B1%CE%B2%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%B1-%CE%B2%CF%81%CE%B1%CE%B2%CE%B5%CF%8D%CF%84%CE%B7%CE%BA%CE%B5-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7...-airfa/405690> [Accessed 9 Jun. 2014].
  20. Facebook, (2014). AirFastTickets - Καραόκε Καραδώρο. [online] Available at: [https://www.facebook.com/AirFasttickets.gr/app\\_588149574616092](https://www.facebook.com/AirFasttickets.gr/app_588149574616092) [Accessed 12 Jun. 2014].
  21. Faustino, J. (2014). Air Fast Tickets launches on Tradedoubler. [online] Tradedoubler.com. Available at: <http://www.tradedoubler.com/uk-en/blog/air-fast-tickets-launches-on-tradedoubler3/> [Accessed 8 May 2014].
  22. Gappa, B. (2013). *What Is Franchising?*. Franchising.com. Available at: [http://www.franchising.com/articles/what\\_is\\_franchising.html](http://www.franchising.com/articles/what_is_franchising.html) [Accessed 31 Oct. 2013].
  23. Globeone.gr, (2013). Social Media Awards 2013. [online] Available at: <http://www.globeone.gr/globe-one-digital-wins-at-the-social-media-awards-2013-with-airfasttickets/> [Accessed 6 Jun. 2014].
  24. Globeone.gr, (2014). TOURISM AWARDS 2014: GLOBE ONE DIGITAL AWARDED FOR “BEST USE OF MARKETING STRATEGY”. [online] Available at: <http://www.globeone.gr/tourism-awards-2014-globe-one-digital-awarded-for-best-use-of-marketing-strategy/> [Accessed 6 Jun. 2014].
  25. Gnto.gov.gr, (2012). ΑΠΟΣΤΟΛΗ | ΕΟΤ | ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. [online] Available at: <http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%A3%CE%A4%CE%9F%CE%9B%CE%97> [Accessed 26 Apr. 2013].

26. GreekAffiliates.gr, (2014). Αλλαγές στο affiliate πρόγραμμα AirFastTickets της Linwise. [online] Available at: <http://greekaffiliates.gr/linkwise-allages-sto-affiliate-programma-airfasttickets/> [Accessed 7 May 2014].
27. Griffiths, S. (2014). Iata terminates AirFastTickets licence for UK and Germany | News | Travel Trade Gazette. [online] Ttgdigital.com. Available at: <http://www.ttgdigital.com/news/iata-terminates-airfasttickets-licence-for-uk-and-germany/4692308.article> [Accessed 4 Aug. 2014].
28. Hatta.gr, (2010). *Hellenic Association of Travel & Tourist Agencies - Ποιος είναι ο HATTA*. [online] Available at: <http://www.hatta.gr/HATTA/%CE%A0%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CF%82%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%97%CE%91%CE%A4%CE%A4%CE%91/tabid/208/language/el-GR/Default.aspx> [Accessed 27 Jun. 2013].
29. <http://www.pamesports.gr>, (2013). Πάει παντού με airfasttickets ο Ολυμπιακός. [online] Available at: <http://www.pamesports.gr/256667/paei-pantoy-me-airfasttickets-o-olympiakos> [Accessed 14 Jun. 2014].
30. Iata.org, (n.d.). *Foundation in Travel and Tourism - IATA Training Course*. [online] Available at: <http://www.iata.org/training/courses/pages/ttg01.aspx> [Accessed 2 Jan. 2014].
31. Iata.org, (n.d.). *The Founding of IATA*. [online] Available at: <http://www.iata.org/about/pages/history.aspx> [Accessed 13 Mar. 2013].
32. Internet World Stats, (2013). *The Internet big picture: World Internet users and populations stats*. Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Accessed 28 Oct. 2013].
33. Media.unwto.org, (2007). *Understanding Tourism: Basic Glossary | World Tourism Organization UNWTO*. [online] Available at: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> [Accessed 3 Oct. 2013].
34. World Tourism Organization UNWTO, (2013). World Tourism Organization. [online] Available at:

- <http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/fichaaboutunwtoennomarc.pdf> [Accessed 1 Apr. 2013].
35. Media.unwto.org, (2014). International tourism exceeds expectations with arrivals up by 52 million in 2013 | World Tourism Organization UNWTO. [online] Available at: <http://media.unwto.org/press-release/2014-01-20/international-tourism-exceeds-expectations-arrivals-52-million-2013> [Accessed 17 Jan. 2014].
  36. PC Magazine, (2014). Η Airfasttickets γίνεται το πρώτο ταξιδιωτικό πρακτορείο που δέχεται bitcoins. [online] Available at: <http://www.e-pcmag.gr/news/i-airfasttickets-ginetai-proto-taxidiotiko-praktoreio-pou-dexetai-bitcoins> [Accessed 15 May 2014].
  37. Policenet.gr, (2012). Ν. 393/1976 της 26/31 Ιουλ. 1976 (ΦΕΚ Α' 199) Τουριστικά Γραφεία - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΣΤΥΝΟΜΕΥΣΗ. [online] Available at: <http://www.policenet.gr/portal/downloads/toyristiki-astynomia/159.html> [Accessed 31 Aug. 2012].
  38. Princeton.edu, (n.d.). *World Tourism Organization*. [online] Available at: [http://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/World\\_Tourism\\_Organization.html](http://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/World_Tourism_Organization.html) [Accessed 29 Aug. 2013].
  39. Prospects.ac.uk, (2012). *Travel agency manager: Entry requirements* | Prospects.ac.uk. [online] Available at: [http://www.prospects.ac.uk/travel\\_agency\\_manager\\_entry\\_requirements.htm](http://www.prospects.ac.uk/travel_agency_manager_entry_requirements.htm) [Accessed 18 Nov. 2013].
  40. Review Centre, (2014). Air Fast Tickets - [www.airfasttickets.co.uk](http://www.airfasttickets.co.uk). [online] Available at: [http://www.reviewcentre.com/Travel-Agents/Air-Fast-Tickets-www-airfasttickets-co-uk-reviews\\_2485709](http://www.reviewcentre.com/Travel-Agents/Air-Fast-Tickets-www-airfasttickets-co-uk-reviews_2485709) [Accessed 27 Aug. 2014].
  41. Sete.gr, (2013). ΣΕΤΕ | Σκοπός & Άξονες Δράσης. [online] Available at: <http://sete.gr/GR/SETE/Skopos%20ke%20Axones%20Drasis/> [Accessed 22 Jun. 2013].
  42. SimilarWeb, (2014). Web traffic insights for Airfasttickets.gr. [online] Available at: <http://www.similarweb.com/website/airfasttickets.gr> [Accessed 16 Jun. 2014].

43. Sweeney, S. (2000). *Internet marketing for your tourism business*. 1st ed. Gulf Breeze, FL: Maximum Press.
44. Thessaloniki-tours.gr, (2012). *Δικαιολογητικά Για Την Χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας Τουριστικών Γραφείων*. [online] Available at:  
<http://www.thessaloniki-tours.gr/5B503325.el.aspx> [Accessed 23 Oct. 2013].
45. Tripadvisor.com, (2014). Air Travel Forum: Airfasttickets.co.uk - Too good to be true? - TripAdvisor. [online] Available at:  
[http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g1-i10702-k7258986-o310-Airfasttickets\\_co\\_uk\\_Too\\_good\\_to\\_be\\_true-Air\\_Travel.html](http://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g1-i10702-k7258986-o310-Airfasttickets_co_uk_Too_good_to_be_true-Air_Travel.html) [Accessed 6 Mar. 2014].
46. Uftaa.org, (2011). *United Federation of Travel Agents Association - About UFTAA*. [online] Available at:  
[http://www.uftaa.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=116&Itemid=562](http://www.uftaa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=562) [Accessed 17 Mar. 2013].
47. *Understanding Online Travel Agencies' Cost Drivers and Ways to Optimise Business in Europe*. (2010). 1st ed. [ebook] Europe: Amadeus, p.9. Available at:  
<http://www.amadeus.com/ro/documents/aco/ro/en/Show%20me%20the%20value%20-%20White%20paper%20On%20line%20Travel%20agencies.pdf> [Accessed 14 Nov. 2013].
48. United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization, (1995). *Recommendations on Tourism Statistics*. New York: United Nations, p.5.
49. United Nations Statistics Division, (2006). *Forms of Tourism*. [online] Available at:  
<https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Madrid/UNWTO%20presentation%20-%20item%209.pdf> [Accessed 3 Aug. 2013].
50. Wikipedia, (n.d.). *World Tourism Organization*. [online] Available at:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Tourism\\_Organization](http://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_Organization) [Accessed 8 Feb. 2013].
51. *Ελλάδα - Ο αντίκτυπος του Τουρισμού στην Απασχόληση και την Οικονομία*. (2006). 1st ed. [eBook] WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, p.2.

Available at:

[http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/greecegreekfinal.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/greecegreekfinal.pdf)

[Accessed 5 Feb. 2013].

52. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, (n.d.). *Δικαιολογητικά για την Ανανέωση του Ειδικού Σήματος Λειτουργίας Τουριστικών Γραφείων*. Αθήνα: Υπουργείο Τουρισμού, pp.4-5.
53. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, (n.d.). *Δικαιολογητικά για την έκδοση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας (ΕΣΛ) Τουριστικού Καταστήματος*. Αθήνα: Υπουργείο Τουρισμού, p.2.
54. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, (n.d.). *Δικαιολογητικά για την χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας Τουριστικών Γραφείων*. Αθήνα: Υπουργείο Τουρισμού, p.2.