



Α.Τ.Ε.Ι ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΙΔΡΥΣΗ, ΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΔΙΑΚΑΚΗ ΣΟΦΙΑ

A.M.: 5096

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2014

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	6
1.2 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	7
1.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ – ΤΑΞΙΔΙΩΤΗΣ.....	10
1.4 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....	13
1.5 Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	14
1.6 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ.....	15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ – ΟΡΙΣΜΟΣ, ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ**

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ.....	18
2.2 THOMAS COOK – Ο ΠΡΩΤΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ.....	18
2.3 ΟΙ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ.....	19
2.4 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ.....	20
2.5 ΤΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

3.1 ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ.....	27
3.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΑΔΕΙΑΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ.....	29
3.3 ΙΔΡΥΣΗ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	33
3.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ.....	34
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	38
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	41
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ.....	42
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ.....	44

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ.....	45
4.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	47
4.3 ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ ΕΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	49
4.4 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ.....	51
4.5 ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΟΥ
ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ – ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

5.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ.....	55
5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ.....	57
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.....	60
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.....	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.....	62
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.....	63
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.....	64
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.....	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.....	66
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.....	67
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.....	68
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.....	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.....	69
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7.....	70
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8.....	71
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.....	72

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΗΣ
ΚΥΠΡΟΥ**

6.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ.....	73
6.2 ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ.....	76
6.3 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ.....	79

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	81
--------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	84
--------------------------	-----------

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο το οποίο εμφανίστηκε πριν από αιώνες. Ξεκίνησε κυρίως λόγω της έμφυτης τάσης του ανθρώπου για αναζήτηση νέων προορισμών με σκοπό την ξεκούραση και την ψυχαγωγία, και περνώντας μέσα από τους αιώνες, έφτασε τις τελευταίες δεκαετίες να αποτελεί ένα παγκόσμιο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο. Η οργάνωση των παροχών του τουριστικού προϊόντος καθώς και των τουριστικών υπηρεσιών και καταλυμάτων γνώρισε τεράστια ανάπτυξη κυρίως τις τελευταίες δύο δεκαετίες, καθιστώντας έτσι τον τουρισμό ως μία από τις βασικότερες βιομηχανίες παγκοσμίως.

Όλες σχεδόν οι χώρες αντιλήφθηκαν πόσο σημαντική είναι η τουριστική βιομηχανία με αποτέλεσμα να έχουμε τεράστιες επενδύσεις στον τομέα αυτό σε σημείο μάλιστα που κάποιες περιοχές άλλαξαν ακόμα και πολιτιστική ταυτότητα. Δεν είναι καθόλου υπερβολή να πούμε ότι η οικονομία κάποιων χωρών στηρίζεται αποκλειστικά στον τομέα του τουρισμού ως η κυριότερη πηγή εισροής ξένου συναλλάγματος στα ταμεία τους. Η Κύπρος, αξιοποιώντας τη γεωγραφική της θέση στη μέση τριών Ηπείρων αλλά και τις φυσικές ομορφιές που της χάρισε ο Θεός, δεν θα μπορούσε να μην ασχοληθεί με τον τομέα του τουρισμού. Ειδικά μετά την εισβολή και κατοχή των Τούρκων το 1974 που πήραν τα πιο γόνιμα γεωργικά και κτηνοτροφικά εδάφη, ο τουρισμός αποτέλεσε την μεγαλύτερη βιομηχανία του νησιού και το μέσο που την οδήγησε στα πιο παραγωγικά χρόνια της ιστορίας της.

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας αυτής είναι να αναπτυχθούν κάποιες βασικές έννοιες του τουρισμού ώστε ο αναγνώστης να κατανοήσει πρώτα απ' όλα τι είναι αυτό το φαινόμενο και που στηρίζεται, και έπειτα η επεξήγηση για το ρόλο, την ίδρυση, τις λειτουργίες των τουριστικών γραφείων με ειδικότερη αναφορά στα ταξιδιωτικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού στην Κύπρο.

Στο 1^ο Κεφάλαιο γίνεται μια προσέγγιση της έννοιας του τουρισμού, των διακρίσεων του τουρισμού ανάλογα με τη σκοπιά προσέγγισης του, τις διαφορές μεταξύ τουρίστα και ταξιδιώτη, γίνεται μια παρουσίαση των κινήτρων των τουριστών για ταξίδι και τη διαδικασία λήψης της απόφασης τους για τουρισμό. Στο τέλος του κεφαλαίου γίνεται και μια ιστορική αναδρομή του τουρισμού και των πρωτεργατών του τουριστικού τομέα στην Κύπρο, αφού το κύριο μέρος της εργασίας αφορά ειδικά τα τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού της Κύπρου.

Στη συνέχεια, στο 2^ο Κεφάλαιο περνάμε στο κύριο μέρος της εργασίας. Τα τουριστικά γραφεία. Ορισμός, εργασίες, διακρίσεις και αναφορά στον πρώτο τουριστικό πράκτορα, τον Thomas Cook και εν συνεχεία γίνεται μια πρώτη αναφορά στα τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού στην Κύπρο. Στο 3^ο Κεφάλαιο δίνονται λεπτομέρειες για τους τρόπους απόκτησης τουριστικού γραφείου στην Κύπρο και στοιχεία για τις προϋποθέσεις,

απαιτήσεις, νόμους και δικαιολογητικά που απαιτούνται τόσο για την ίδρυση γραφείου όσο και για την ίδρυση υποκαταστήματος. Επίσης γίνεται μια σύντομη αναφορά στους εγχώριους και διεθνείς οργανισμούς και επαγγελματικές ενώσεις τουρισμού.

Η εγκατάσταση και διαμόρφωση του τουριστικού γραφείου παίζει καθοριστικό ρόλο στη μελλοντική του επιτυχία. Γι' αυτό το λόγο γίνεται αναφορά στο 4^ο Κεφάλαιο σε ότι έχει να κάνει με τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό. Από την επιλογή της τοποθεσίας του γραφείου, τη διαμόρφωση των χώρων μέχρι και τη διακόσμηση. Ακόμα, γίνεται αναφορά στον πολύ σημαντικό ρόλο της τεχνολογίας στη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου, αφού η αυτοματοποίηση και χρήση των κατάλληλων υπολογιστών, software αλλά και εκτυπωτικών μέσων είναι αναγκαία για τη σωστή, πλήρη και γρήγορη εξυπηρέτηση του πελάτη.

Ο κύριος κύκλος εργασιών των τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού στην Κύπρο στηρίζεται στον Κύπριο ταξιδιώτη. Επομένως η επιβίωση και ευημερία ενός γραφείου στηρίζεται στη “ζήτηση” του Κύπριου και το προσφερόμενο προϊόν θα έχει επιτυχία μόνο εάν είναι ικανό να προσελκύσει και ικανοποιήσει τον υποψήφιο πελάτη. Έτσι στο Κεφάλαιο 5 γίνεται η παρουσίαση του προφίλ και των προτιμήσεων των κατοίκων της Κύπρου που προτίθενται να ταξιδέψουν, καθώς και μια σειρά από σημαντικά στατιστικά στοιχεία που αφορούν τους προορισμούς, τις αλλαγές στις προτιμήσεις, τις επιδράσεις της κρίσης στην επιλογή, τους λόγους ταξιδιών, τις ηλικίες και το φύλο των τουριστών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό και μια σειρά από άλλες πληροφορίες πάνω στις οποίες το τουριστικό γραφείο μετά από μελέτη οργανώνει τις εργασίες του και διαμορφώνει τα πακέτα που προσφέρει στον πελάτη.

Τέλος, στο Κεφάλαιο 6 που αποτελεί συνέχεια του 5^{ου} Κεφαλαίου, γίνεται αναφορά στα στάδια της διαδικασίας σύνθεσης ενός πακέτου από το γραφείο εξερχόμενου τουρισμού με γνώμονα πάντοτε τη ζήτηση της κυπριακής αγοράς, και παρουσιάζεται ένα παράδειγμα κοστολόγησης ενός πακέτου ομαδικής εκδρομής. Κλείνοντας, παρουσιάζονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις εξερχόμενου τουρισμού, που δυστυχώς, δεν θα μπορούσαν να περάσουν αλώβητα από την οικονομική κρίση τόσο της Κύπρου όσο και της Ευρώπης γενικότερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Τουρισμός αποτελεί μια τόσο γνωστή λέξη και συνάμα μια τόσο δύσκολη έννοια που δύσκολα μπορεί κάποιος να την εξηγήσει επακριβώς και να την περιγράψει πλήρως. Με την πάροδο των χρόνων, έγιναν διάφορες προσπάθειες για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του τουρισμού. Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του. Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομητών της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα.

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- **Τους τουρίστες:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- **Τους εκδρομείς:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιεροπλοίων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

Το ταξίδι σαν έννοια ήταν γνωστό από τους προϊστορικούς χρόνους. Ο τουρισμός όμως με τη σύγχρονη του μορφή δεν αποτελεί ένα απλό ταξίδι.

Αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, η ανάπτυξη του οποίου μετά το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου έχει προσελκύσει ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των ανεπτυγμένων χωρών, όσο και των αναπτυσσόμενων. Η αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο υπήρξε ομολογουμένως εντυπωσιακή, αφού από το 1997 αδιαφιλονίκητα αναγνωρίζεται πλέον ως η μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου.

Οι παράγοντες εκείνοι που συνέβαλαν σε αυτό ήταν κατά κύριο λόγο η αύξηση του εισοδήματος των ανθρώπων, ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος στη διάθεση τους για διακοπές και ξεκούραση, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη στα μέσα μαζικής μεταφοράς και ιδιαίτερα στα αεροπλάνα και τέλος η απλούστευση των διατυπώσεων εισόδου-εξόδου στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

1.2 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός, ως μια τόσο πολυδιάστατη έννοια δεν θα μπορούσε φυσικά να διακριθεί εύκολα αφού ανάλογα πάντοτε με την σκοπιά με την οποία προσπαθεί να προσεγγίσει το θέμα ο καθένας, μπορεί να διακρίνει τον τουρισμό σε διάφορες κατηγορίες. Μερικές κατηγορίες, σύμφωνα πάντοτε με τον τρόπο προσέγγισης του θέματος, είναι οι πιο κάτω:

A) Σύμφωνα με τον αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν, διακρίνουμε τον τουρισμό σε:

- Ατομικό τουρισμό, όταν ταξιδεύει μόνο ένα άτομο.
- Μικρό – ομαδικό τουρισμό, όταν ταξιδεύει μια οικογένεια ή μια παρέα φίλων ή συγγενών.
- Ομαδικό τουρισμό, όταν ένας αριθμός ατόμων ταξιδεύουν μαζί. Τα άτομα αυτά, συνήθως, δεν έχουν κάποια σχέση μεταξύ τους πριν από το τουριστικό ταξίδι, ενώ ορισμένες φορές είναι μέλη ενός ομίλου, μαθητές ενός σχολείου κ.λπ. Ο αριθμός σε τέτοια γκρουπ διαφέρει, αλλά είναι συνήθως πάνω από 15 άτομα.

B) Σύμφωνα με τον εξυπηρετούμενο από το ταξίδι σκοπό, μπορούμε να διακρίνουμε τον τουρισμό σε:

- Τουρισμό ψυχικής τέρψης του τουρίστα και ξεκούρασης από την εργασιακή κόπωση, ο οποίος με τη σειρά του μπορεί να υποδιαιρεθεί σε:
 - Τουρισμό αναψυχής, δηλαδή τουρισμό ξεκούρασης και ανάληψης δυνάμεων.
 - Ψυχαγωγικό τουρισμό, δηλαδή τουρισμό που εξυπηρετεί στην ανάπτυξη των φυσικών και πνευματικών ικανοτήτων.

- Τουρισμό περιπέτειας, ο οποίος εξυπηρετεί τις ερευνητικές διαθέσεις του ανθρώπου και προσφέρει συγκινήσεις νέων εμπειριών, ενώ συνήθως εξελίσσεται σε καθεστώς ελεγχόμενης επικινδυνότητας.
 - Τουρισμό περιέργειας, που έχει σκοπό να προσφέρει γνώσεις στους τουρίστες.
 - Τουρισμό των χόμπι, όπως ο γυμναστικός, πεζοπορικός κ.λπ.
- Πολιτιστικό τουρισμό, που εξυπηρετεί στον εμπλουτισμό πληροφοριών και γνώσεων για άλλες χώρες και ικανοποιεί ταυτόχρονα την ανάγκη για ψυχαγωγία. Συμπεριλαμβάνει επίσης πολιτιστικά γεγονότα, χώρους φυσικού ενδιαφέροντος, αρχαιολογικές ανασκαφές, κ.λπ.
- Θεραπευτικό τουρισμό (τουρισμό υγείας), που ικανοποιεί την ανάγκη για ιατρική περίθαλψη σε άλλες χώρες ή περιοχές με θεραπευτικές ευκολίες, π.χ. ιαματικές πηγές, λουτρά με λάσπη, θεραπεία με μεταλλικό νερό που περιέχει ειδικές θεραπευτικές ιδιότητες, κ.λπ. Αυτό το είδος τουρισμού απαιτεί συγκεκριμένες συνθήκες, όπως καθαριότητα, ησυχία και λογικό βιοτικό επίπεδο. Θεραπευτικό τουρισμό δέχονται επίσης χώρες και περιοχές με ανεπτυγμένη ιατρική τεχνολογία.
- Αθλητικό τουρισμό, που ικανοποιεί τα χόμπι όπως το ψάρεμα, κυνήγι ζώων, καταδύσεις, σκι, ορειβασία, κ.λπ.
- Επαγγελματικό τουρισμό, ο οποίος διακρίνεται σε:
- Συνεδριακό τουρισμό, που περιλαμβάνει επιστημονικές, επαγγελματικές και πολιτικές συνάξεις. Αυτό απαιτεί την ύπαρξη συνεδριακών ευκολιών στη χώρα και άλλους σημαντικούς παράγοντες, όπως κατάλληλη γεωγραφική θέση, προσβασιμότητα, καλό κλίμα, κ.λπ. Οι συμμετέχοντες σε συνέδρια συχνά ζητούν επιπλέον τουριστικές ευκολίες, όπως περιηγήσεις σε αξιοθέατα, εκδρομές αγορά ενθυμημάτων, κ.λπ.
 - Τουρισμό εκθέσεων
 - Φοιτητικό τουρισμό
 - Τουρισμό επαγγελματικών αποστολών. Όπως εμπορικών αντιπροσώπων και στελεχών πολυεθνικών επιχειρήσεων.

Γ) Σύμφωνα με τα χρησιμοποιούμενα μεταφορικά μέσα, ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- Τουρισμό εδάφους, ο οποίος πραγματοποιείται με λεωφορεία, ιδιωτικά αυτοκίνητα, σιδηροδρόμους.
- Τουρισμό ποταμών και θαλάσσης, ο οποίος πραγματοποιείται με ιδιωτικά ή μισθωμένα γιοτ, με κρουαζιερόπλοια ή πλοία που εκτελούν δρομολόγια.
- Αεροπορικό τουρισμό, ο οποίος πραγματοποιείται με δρομολογημένα ή μισθωμένα αεροπλάνα.

Δ) Σύμφωνα με τη γεωγραφική τοποθεσία του τουριστικού προορισμού, ο τουρισμός διακρίνεται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Εθνικός ή εσωτερικός τουρισμός, που αντιπροσωπεύει την τουριστική μετακίνηση υπηκόων μέσα στη χώρα τους.
- Περιφερειακός τουρισμός, δηλαδή τουριστική μετακίνηση ανάμεσα σε γειτονικές χώρες, που αποτελούν μια ευρύτερη τουριστική περιοχή, π.χ. τουριστική κίνηση ανάμεσα σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης ή σε περιοχές της ίδιας χώρας.
- Διεθνής τουρισμός, ο οποίος περιλαμβάνει τουριστική κίνηση, ανάμεσα σε διαφορετικές χώρες του κόσμου.

Ε) Σύμφωνα με την ηλικία (η ηλικία διαφοροποιεί τις ανάγκες και τις συνήθειες), ο τουρισμός διακρίνεται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Τουρισμός παιδιών
- Νεανικός τουρισμός
- Τουρισμός ενηλίκων
- Τουρισμός υπερηλίκων

ΣΤ) Σύμφωνα με το φύλο

- Ανδρικός τουρισμός
- Γυναικείος τουρισμός
- Τουρισμός ομοφυλοφίλων

Ζ) Σύμφωνα με το κόστος του ταξιδιού

- Τουρισμός πολυτελείας
- Τουρισμός μεσαίας τάξης
- Τουρισμός σακιδίου

Η) Ανάλογα με το φορέα που καλύπτει το κόστος του τουριστικού ταξιδιού:

- Ιδιωτικός τουρισμός, όπου το κόστος της μετακίνησης καλύπτεται από τον τουρίστα.
- Κοινωνικός τουρισμός, όπου το κόστος της μετακίνησης επιδοτείται από την πολιτεία, στην προσπάθεια βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου οικονομικά ασθενών τάξεων.
- Τουρισμός κινήτρων, ο οποίος αφορά σε τουριστικά ταξίδια τα οποία προσφέρουν μεγάλες επιχειρήσεις στο προσωπικό τους, σαν κίνητρα για αύξηση της αποδοτικότητας

Θ) Ανάλογα με το χρόνο κατανάλωσης του τουριστικού προϊόντος:

- Καλοκαιρινός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Συνεχής
- Εποχιακός

Ι) Ανάλογα με την οικογενειακή κατάσταση των τουριστών:

- Οικογενειακός τουρισμός
- Τουρισμός ζευγαριών
- Τουρισμός για μόνους

1.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ - ΤΑΞΙΔΙΩΤΗΣ

Στη σύγχρονη εποχή, με τις συγκεκριμένες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες, το ταξίδι τείνει να ταυτίζεται πλέον με τον τουρισμό και ο ταξιδιώτης με τον τουρίστα. Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (United Nations World Tourism Organization) για τις ανάγκες των διεθνών στατιστικών, διακρίνουμε τις ακόλουθες κατηγορίες του γενικού όρου “ταξιδιώτης”.

Ταξιδιώτες είναι εκείνα τα άτομα που για οποιονδήποτε υποκειμενικό σκοπό, μετακινούνται από μια χώρα σε άλλη, ανεξαρτήτως μεταφορικού μέσου και χώρας μόνιμης κατοικίας και δηλώνουν τα στοιχεία τους. Στη συνέχεια οι ταξιδιώτες διαχωρίζονται σε δυο ευδιάκριτες ομάδες:

- στους ταξιδιώτες που ως επισκέπτες μετακινούνται με τη θέλησή τους και με σκοπό την επίσκεψη και μόνο της άλλης χώρας.
- στους ταξιδιώτες που εξαναγκάζονται στη μετακίνηση και βέβαια δεν συμπεριλαμβάνονται στις τουριστικές στατιστικές.

Ακολούθως, οι ταξιδιώτες/επισκέπτες μπορούν να διακριθούν σε δύο άλλες υποκατηγορίες. Διακρίνονται στους:

- **Τουρίστες (tourists):** άτομα που επισκέπτονται τη χώρα άφιξης τους για χρονική διάρκεια μεγαλύτερη των 24 ωρών και δεν πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση και αποτελούνται από αλλοδαπούς, ημεδαπούς και μέλη πληρωμάτων πλοίων/αεροσκαφών.
- **Εκδρομείς (excursionists):** άτομα που επισκέπτονται τη χώρα άφιξης τους για χρονική διάρκεια μικρότερη των 24 ωρών και δεν πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση και αποτελούνται επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, ημερήσιους επισκέπτες και μέλη πληρωμάτων πλοίων.

Οι ταξιδιώτες που δεν συμπεριλαμβάνονται στις τουριστικές στατιστικές είναι:

- οι διασυνοριακοί εργαζόμενοι (border workers)
- οι νομάδες (nomads)
- οι επιβάτες διαμετακόμισης (transit passengers)
- οι πρόσφυγες (refugees)
- τα μέλη στρατιωτικών δυνάμεων (member of the armed forces)
- οι προξενικές και διπλωματικές αντιπροσωπείες (representation of consulates and diplomats)
- οι εποχιακοί μετανάστες (temporary immigrants)
- οι μόνιμοί μετανάστες (permanent immigrants).

Όπως αναφέρω όμως και πιο πάνω, οι σημερινές κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες τείνουν να ταυτίζουν τον τουρίστα με τον ταξιδιώτη, αν και στην ουσία πρόκειται για δύο διαφορετικές έννοιες. Η προσέγγιση του τουρίστα ή ταξιδιώτη από την Μαρία Ζουμπουλίδου σε απόσπασμα που παρουσιάζεται πιο κάτω, παρουσιάζει αυτήν την διαφορά με έναν ωραίο και συνάμα κομψό τρόπο που όμως προβληματίζει τον καθένα μας διαβάζοντας το μετά από ένα ταξίδι, για το αν ήμασταν “τουρίστες” ή “ταξιδιώτες” τελικά.

Τουρίστας ή ταξιδιώτης - Μαρία Ζουμπουλίδου

Τουρίστας ή ταξιδιώτης;

Δίλημμα : Διακοπές με σουβενίρ, βαλίτσες και φωτογραφικές μηχανές ή με ένα δισάκι στον ώμο για ένα ταξίδι στο απρόβλεπτο;

Προτού ξεκινήσει κανείς το ταξίδι του για κάποιο προορισμό, μπορεί να επιλέξει αν του ταιριάζει να ταξιδέψει **ως τουρίστας ή ως ταξιδιώτης**. Μερικοί ίσως πουν ότι η όλη διαφορά είναι απλώς ένα παιχνίδι με τις λέξεις και τίποτε περισσότερο. Κι όμως...

Από τη μια υπάρχει ο τουρίστας, αυτός δηλαδή που, σύμφωνα με την ετυμολογία της λέξης, «γυρίζει» και επισκέπτεται διάφορα μέρη με σκοπό τις διακοπές, **και από την άλλη ο ταξιδιώτης** ο οποίος επιλέγει συνειδητά, από αγάπη για τα ίδια τα ταξίδια, την περιήγησή του σε νέους τόπους.

Ο τουρίστας είναι ο γραφικός τύπος με το κοντό σορτσάκι και τη φωτογραφική μηχανή κρεμασμένη στο λαιμό, που κυνηγάει πακέτα διακοπών σε ξενοδοχεία πολλών αστέρων. Αυτός που αγχώνεται αν εξαιτίας μιας πτήσης αλλάξει το πρόγραμμά του και δεν πρόκειται να φύγει ταξίδι, αν προηγουμένως δεν έχει πάρει μαζί του όλες τις πιστωτικές κάρτες του προκειμένου να επιδοθεί στο αγαπημένο του καταναλωτικό σπορ, αυτό των αγορών. Το ταξίδι γι' αυτόν είναι σαν το ταχυφαγείο – όλα πρέπει να γίνονται γρήγορα – για να μπορεί μετά να πει ότι πήγε σε περισσότερα μέρη και ότι τα πρόλαβε όλα σε μικρό χρονικό διάστημα.

Αυτή η νοοτροπία του γρήγορου όμως καταστρέφει τη μαγεία του ταξιδιού. Ο τουρίστας μένει προσκολλημένος σε ότι του σερβίρουν τα πρακτορεία και οι τουριστικοί οδηγοί. Έτσι και ο ίδιος πέφτει στην παγίδα να χρησιμοποιεί το ταξίδι ως μέσο επίδειξης στο κοινωνικό του περιβάλλον είτε ως διέξοδο από τα προβλήματά του, με αποτέλεσμα όταν επιστρέφει στον τόπο του να του φαίνεται σαν να μην έχει πάει πουθενά.

Αντιθέτως ο ταξιδιώτης είναι ο τύπος που αφήνει πίσω το σπίτι του και ξεκινάει το ταξίδι του με μόνο σκοπό να χαθεί σε μονοπάτια κρυμμένα, σε σοκάκια που οδηγούν σε αδιέξοδο, για να καταλήξει στο τέλος σε γνώριμους δρόμους με «άλλα μάτια». Η επιθυμία του είναι να γνωρίσει το άγνωστο, γι' αυτόν τον λόγο δεν φοβάται το τυχαίο και το απρόβλεπτο στις διαδρομές του και πάντα επιλέγει τους δρόμους τους λιγότερους ταξιδεμένους.

Γι' αυτόν σημασία έχει «το ταξίδι για το ταξίδι», με στόχο να ζήσει περιπέτειες, να περιπλανηθεί όπως οι Τσιγγάνοι και να ξεχάσει την καταγωγή και την ταυτότητά του. Σε αυτό το πλαίσιο ο ταξιδιώτης οφείλει να είναι και λίγο «αμαρτωλός», δηλαδή να μπορεί να λέει περισσότερα «ναί» και λιγότερα «όχι». Κατά αυτόν τον τρόπο όλες οι εικόνες και οι εμπειρίες από τα μέρη που επισκέπτεται τον σημαδεύουν και γίνονται κομμάτια της ζωής του. Αλλά και πέρα από τα ταξίδια ο γνήσιος ταξιδιώτης, και στην ίδια του την πόλη να βρίσκεται, θα εξακολουθεί να ταξιδεύει με όλα τα μέσα, διακινδυνεύοντας την ασφάλεια της συνήθειας με την ομορφιά του απροσδόκητου.

Γι' αυτό πριν από ένα ταξίδι το θέμα δεν είναι το πόσο μακριά θα πάει κανείς ή το πόσα χιλιόμετρα θα κάνει, αλλά χρειάζεται να είναι δεκτικός σε νέα ερεθίσματα και έτοιμος να βιώσει νέες εμπειρίες. Το πρόβλημα δεν είναι ότι ο τουρίστας ταξιδεύει για να περάσει καλά, να ξεκουραστεί και να μη σκέφτεται πολύ, αλλά το γεγονός ότι η εμπειρία του ταξιδιού του είναι χωρίς ουσία, σε αντίθεση με τον ταξιδιώτη που αποφασίζει να ταξιδέψει με σκοπό να γνωρίσει καλύτερα τον κόσμο και κατ' επέκταση τον ίδιο του τον εαυτό...

Άρθρο της Μαρίας-Αγγελικής Παπαδοπούλου, ΒΗΜΑΖΙΝΟ,

Βήμα της Κυριακής, 23 Νοεμβρίου 2003, τ. 163, σελ. 154-155.

1.4 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η ανάλυση των κινήτρων των τουριστών από τους επιστήμονες επιδιώκει να δώσει απαντήσεις σε ζητήματα που σχετίζονται με τους παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρίστα στη διαδικασία της λήψης της απόφασης να ταξιδέψει, με τα στάδια αυτής της διαδικασίας, με τις εμπειρίες που προσδοκά να γνωρίσει, το γιατί δηλαδή γίνεται αυτό το ταξίδι. Επειδή όμως τα κίνητρα ποικίλουν, λαμβάνοντας υπόψη τα κοινωνιολογικά και κοινωνικό-ψυχολογικά αίτια πραγματοποίησης ενός ταξιδιού μπορούν να χωριστούν στις πιο κάτω ομάδες:

➤ Τους ειδικούς λόγους πραγματοποίησης του ταξιδιού

Λόγω της ανάπτυξης της Παγκόσμιας Οικονομίας αυξήθηκαν κατακόρυφα τα ταξίδια για επαγγελματικούς ή επιστημονικούς λόγους, όπως π.χ. επιχειρηματίες, επιστήμονες, διπλωματικοί υπάλληλοι, μάντζερ μεγάλων επιχειρήσεων που λαμβάνουν μέρος σε συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις κλπ. Σ' αυτήν την κατηγορία ανήκουν και τα ταξίδια που αφορούν όχι την οικονομία αλλά τον ελεύθερο χρόνο, που γίνονται για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, αθλητικές διοργανώσεις και πολιτιστικές ανταλλαγές.

➤ Τον εκπαιδευτικό και πολιτιστικό ρόλο του τουρισμού

Συμβάλλουν στην ευρύτερη μόρφωση του ατόμου και οδηγούν σε δύο ειδών τουριστικών ταξιδιών:

- i. Τα ταξίδια περιήγησης με στόχο την απόκτηση εμπειριών και ευρύτερης γνώσης του κόσμου και ταξίδια μορφωτικά – πολιτιστικά σε συγκεκριμένες χώρες ή περιοχές που θεωρούνται διεθνή ή τοπικά κέντρα πολιτισμού και εκπαίδευσης. Στα ταξίδια του πρώτου είδους λαμβάνουν μέρος κυρίως νέοι που ταξιδεύουν ενώ εργάζονται σε διάφορες περιοχές του κόσμου αποκτώντας εμπειρίες από την επαφή τους με διαφορετικές κοινωνίες και πολιτισμούς (Άπω Ανατολή, Ν. Αμερική κλπ).
- ii. Τα ταξίδια του δεύτερου είδους έχουν καθαρά πολιτιστικό κίνητρο, για παράδειγμα επίσκεψη σε κάποιο μνημείο ή μουσείο του κόσμου κλπ.

➤ Τη διάθεση φυγής

Το εργασιακό περιβάλλον αλλά και το κοινωνικό περιβάλλον της σύγχρονης εποχής ειδικά στις πόλεις αποτελούν πηγές άγχους και ψυχολογικής πίεσης. Ο περιορισμένος ελεύθερος χρόνος και η μηχανοποίηση της ζωής δημιουργούν στον άνθρωπο μια τάση φυγής από αυτήν την καθημερινότητα με ένα ταξίδι κάπου με πιο χαλαρούς ρυθμούς ώστε να αναζωογονηθεί και να επιστρέψει με γεμάτες τις μπαταρίες.

➤ Το γόητρο και την κοινωνική άνοδο/καταξίωση

Λόγω της οικονομικής ανόδου αλλά και της μείωσης των τιμών των ταξιδιών όλο και περισσότεροι έχουν την ευκαιρία να ταξιδέψουν. Για παράδειγμα, τα μεσαία στρώματα λόγω κοινωνικής ανόδου επιδιώκουν να πάνε σε προορισμούς που μέχρι πρόσφατα τους ήταν αδύνατο. Από την άλλη

οι πολύ πλούσιοι επιλέγουν να πάνε σε τόπους που είναι αδύνατο να ταξιδέψει ο οποιοσδήποτε, απλά για το γόητρο και την επίδειξη της δύναμής τους.

➤ **Τη φαντασία και τη νοσταλγία**

Ο τουρίστας μπορεί μ' αυτόν τον τρόπο να ζήσει έστω και για λίγο κάτι που φαντάζεται, σαν «βασιλιάς», σαν «πλούσιος» έναν κοινωνικό ρόλο των ονείρων του. Έτσι, δημιουργήθηκαν υποδομές που καλύπτουν τέτοιες επιθυμίες παραμυθιού και ιστορικών εποχών θεματικά πάρκα όπως ξενοδοχεία σε κάστρα, αγροτουρισμός σε άγρια δάση, φεστιβάλ παλιών χρόνων από ντόπιους που σε μεταφέρουν σε άλλες εποχές.

➤ **Το παιχνίδι (διάθεση για παιχνίδι και ελευθερία)**

Μια από τις κυριότερες ανθρώπινες ανάγκες είναι το παιχνίδι. Ο τουρίστας επιλέγει το ταξίδι με βασικό κίνητρο τις δυνατότητες που αυτό του προσφέρει να ζήσει σε έναν κόσμο παιχνιδιού όπου οι επιθυμίες του μπορούν να πραγματοποιηθούν. Σύγχρονα οργανωμένα ξενοδοχεία, τουριστικά χωριά και θεματικά πάρκα εξυπηρετούν αυτά τα κίνητρα (αθλητικά, πολιτισμού κ.α.).

1.5 Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η διαδικασία με την οποία τα άτομα καταλήγουν στην απόφαση να αγοράσουν ένα πακέτο διακοπών ή να επιλέξουν ένα ταξίδι αναψυχής από μια ευρεία ποικιλία επιλογών. Πρόκειται για ένα αμιγώς περιγραφικό μοντέλο. Οι διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν το τελικό αποτέλεσμα και η αλληλουχία διαδικασιών που οδηγεί σε αυτό. Προφανώς τα συστατικά δε μπορούν σε καμιά περίπτωση να ποσοτικοποιηθούν, δηλαδή να προσδοθούν τιμές ή «συντελεστές στάθμευσης» στους παράγοντες που εμπλέκονται στη λήψη της απόφασης. Οι τελευταίοι μπορεί να ποικίλουν ανάλογα με τον τύπο του δυνητικού τουρίστα. Επιπρόσθετα, το μοντέλο αυτό δε μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο πρόβλεψης για τη διατύπωση εκτίμησης της ζήτησης για ένα δεδομένο προορισμό.

Υφίστανται τέσσερις κατηγορίες παραγόντων που υπεισέρχονται στη διαδικασία λήψης απόφασης για διακοπές ή ταξίδι:

- Κατ' αρχάς είναι οι κοινωνικό – οικονομικοί παράγοντες (κοινωνική θέση, εισοδηματική τάξη και αποτελέσματα αυτών, χαρακτηριστικά, αξίες και συμπεριφορές), οι οποίοι διαμορφώνουν τα κίνητρα, τις ανάγκες, τις επιθυμίες και προσδοκίες του δυνητικού τουρίστα/ταξιδιώτη.
- Δεύτερη κατηγορία παραγόντων είναι τα χαρακτηριστικά της προσφοράς (ή του προορισμού): το κόστος και η τιμή/αξία των προσφερόμενων εγκαταστάσεων και διευκολύνσεων, το είδος και η ποικιλία των προσφερόμενων δυνατών διακοπών, η ποιότητα και η ποσότητα της διαθέσιμης πληροφόρησης για τον προορισμό. Αυτοί οι παράγοντες

επιδρούν και διαμορφώνουν την τουριστική εικόνα του προορισμού ή της χώρας υποδοχής.

- Η τρίτη κατηγορία αποτελείται από όλους εκείνους τους παράγοντες που παρέχουν promotional stimuli (διαφημιστικά ερεθίσματα) και κατά αυτόν τον τρόπο έχουν μια επίδραση προβολής: η διαφήμιση και η προώθηση πωλήσεων, το πληροφοριακό υλικό, οι συστάσεις φίλων / συγγενών και οι ταξιδιωτικοί ενδιάμεσοι.
- Τέλος, υφίστανται οι λοιποί προσδιοριστικοί παράγοντες. Αυτοί περιλαμβάνουν το βαθμό εμπιστοσύνης που έχει ο δυνητικός τουρίστας στους ταξιδιωτικούς ενδιάμεσους και τις προηγούμενες ταξιδιωτικές εμπειρίες.
- Εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι οι χρονικοί και χρηματικοί περιορισμοί που δεσμεύουν το δυνητικό τουρίστα / ταξιδιώτη.

1.6 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Η σπουδαία γεωγραφική θέση της Κύπρου, στο σταυροδρόμι τριών Ηπείρων, Ευρώπης, Ασίας και Αφρικής, έκανε πάντοτε το νησί επιθυμητό για θαλάσσιες και άλλες δραστηριότητες. Προτού ο Μέγας Αλέξανδρος ξεκινήσει για τις περίφημες εκστρατείες του προς την Ανατολή και τις μέχρι τότε ακατάκτητες χώρες, οι στόλοι του έκαναν σταθμό στα λιμάνια της Κύπρου για ανεφοδιασμό και ετοιμασίες. Η ίδια αυτή στρατηγική τοποθεσία, κάνει και σήμερα την Κύπρο πολύ σημαντική, όχι βέβαια για στρατιωτικές επιδρομές αλλά για “ταξιδιωτικές επιδρομές”.

Η μεγάλη έξαρση του τουρισμού από τη μια χώρα στην άλλη που παρατηρήθηκε, οφείλεται στην ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων, η οποία είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο της μεταπολεμικής εποχής. Η Κύπρος ως τουριστικός προορισμός, με μια τόσο ευνοϊκή θέση, δεν αποτέλεσε εξαίρεση, ενώ ταυτόχρονα και οι ίδιοι οι Κύπριοι άρχισαν να ταξιδεύουν στο εξωτερικό για τουρισμό και αναψυχή.



Η ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού ήταν γρήγορη μεν, αλλά ανακόπηκε από την Τουρκική εισβολή το 1974. Η απώλεια των δύο πιο ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών της Κύπρου, οι οποίες πέρασαν στην κατοχή των Τούρκων, της Αμμοχώστου και της Κερύνειας. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την καταστροφή του μεγαλύτερου μέρους της τουριστικής βιομηχανίας και της οικονομίας γενικότερα. Γι' αυτό μετά την Τουρκική εισβολή ήταν ανάγκη να γίνει όσο το δυνατόν γρηγορότερη και δυναμικότερη η ανοικοδόμηση της Κυπριακής οικονομίας. Η κυβέρνηση θεώρησε ότι ο τουρισμός θα ήταν ο καταλληλότερος τομέας που θα έδινε ώθηση στην οικονομία αλλά και γενικότερα στη συνολική ανάπτυξη της Κύπρου. Έτσι, τέθηκαν οι βάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί.

Λίγα χρόνια μετά, η προσπάθεια αυτή στέφθηκε με επιτυχία. Ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί θεαματικά λόγω της ιδιωτικής πρωτοβουλίας από τους τότε νέους επιχειρηματίες του τουρισμού. Άνθρωποι όπως το Λούη Λοΐζου, ιδρυτή του Ομίλου Louis, το Γιάννη Σκυριανίδη, ιδρυτή της Ένωσης Ξενοδόχων Κύπρου, το Ρένο Σολομίδη, ξενοδόχο και πρώην Υπουργό Εμπορίου και Βιομηχανίας, οι Κατσέλης Family, ιδιοκτήτες του ξενοδοχείου Dome στην Κερύνεια, τον ποιητή Κώστα Μόντη, πρόεδρο του συμβουλίου τουρισμού ο οποίος αργότερα μετονομάστηκε στον γνωστό σήμερα Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού και πολλοί άλλοι που πίστευαν ότι ο τουρισμός θα μπορούσε να είναι η κύρια πηγή εσόδων για την κυπριακή οικονομία.

Στις αρχές της δεκαετίας του '30 ο αείμνηστος Λούης Λοΐζου άρχισε την επαγγελματική του καριέρα με ένα Γραφείο Μεταφορών «Αδελφότης» στη Λεμεσό. Λίγα χρόνια μετά ακολούθησε μια καθαρά ταξιδιωτική και τουριστική δραστηριότητα από ένα γραφείο στη Λεμεσό και μια έντονη αλλά προπάντων πρωτοποριακή κινητικότητα στον τομέα της προβολής του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου στο εξωτερικό. Σε καιρούς οικονομικά και κοινωνικά δύσκολους, τόλμησε να εισβάλει σε όλους σχεδόν τους τομείς των τουριστικών επιχειρήσεων, με επιτυχία, ώστε δίκαια να χαρακτηριστεί ως ο «πατέρας του Κυπριακού τουρισμού». Ενώ στα αρχικά στάδια τα τουριστικά γραφεία Louis ασχολούνταν με τον τουρισμό και τα ταξίδια των μεταναστών μέσα από ναυλωμένα καράβια με προορισμό την Αυστραλία και τη Νότιο Αφρική.

Ταυτόχρονα έμπαιναν και τα θεμέλια για μια πιο ουσιαστική συμμετοχή στον τουρισμό. Έτσι βλέπουμε ήδη στη δεκαετία του '40 και '50, την ιδιοκτησία και διαχείριση ξενοδοχείων όπως το Semmering και το Grand Hotel στα ορεινά θέρετρα, το Louis Hotel στη Λευκωσία και άλλα. Μια άλλη πρωτοποριακή δραστηριότητα του Λούη Λοΐζου ήταν η ξενάγηση και περιήγηση των ξένων στην Κύπρο και η λειτουργία ταξιδιωτικών γραφείων στην Αθήνα το 1955, τη χρονιά έναρξης της δραστηριοποίησης της Louis στον Ελλαδικό χώρο. Ταυτόχρονα οι προβολές στο εξωτερικό μέσω των διεθνών συνδέσμων και οργανισμών άφηναν άριστες εντυπώσεις.

Με τη συνδρομή της Κυβέρνησης και τη βοήθεια του ιδιωτικού τομέα η τουριστική βιομηχανία έγινε ξανά η σημαντικότερη οικονομική δραστηριότητα. Σήμερα η Κύπρος αποτελεί ένα φιλικό τουριστικό προορισμό, το δε εισόδημα από τον τουρισμό αποτελεί τη σπουδαιότερη πηγή εισαγωγής ξένου συναλλάγματος. Η τουριστική αυτή ανάπτυξη, όπως ήταν φυσικό, επέφερε καλές και κακές επιπτώσεις.

Τις τελευταίες δεκαετίες έχει παρατηρηθεί απίστευτη αύξηση στην επίσκεψη τουριστών από τη μια χώρα στην άλλη. Αυτό οφείλεται στην οικονομική άνεση των λαών και στην ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων και σε ένα σωρό άλλους παράγοντες όπως η κοινωνική εξέλιξη, η ανάπτυξη των επικοινωνιών, η ελευθερία στη διακίνηση, η απελευθέρωση από προκαταλήψεις και ταμπού κ.λπ. Από τη μια οι φυσικές ομορφιές, ο ήλιος και η θάλασσα και από την άλλη οι εξαιρετικές τουριστικές μονάδες, το εκπαιδευμένο προσωπικό και η εξυπηρέτηση που προσφέρεται στον τουρίστα, έκανε την Κύπρο τουριστικό παράδεισο.

Η Κύπρος είχε μεγάλη οικονομική ανάπτυξη ενώ ταυτόχρονα μεταβλήθηκε και το κοινωνικό και πολιτιστικό της περιβάλλον. Η ανάμειξη με άλλους λαούς επηρέασε τον τρόπο ζωής του Κύπριου αλλά και τη συμπεριφορά του. Πράγματα που προηγουμένως στην Κύπρο θεωρούνταν άτοπα και άπρεπα, σήμερα θεωρούνται απόλυτα φυσιολογικά. Ακόμη στην προσπάθεια της ξενοδοχειακής βιομηχανίας να εξυπηρετήσει τους τουρίστες, λειτούργησαν στην Κύπρο εγκαταστάσεις και χώροι αναψυχής κατά τα ξένα κυρίως ευρωπαϊκά πρότυπα.

Εξάλλου, ο μιμητισμός του ξένου τρόπου ζωής ήταν ένα άλλο αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης. Μικρό παράδειγμα αυτού, οι επιγραφές και οι διαφημίσεις που κατακλύζουν τους δρόμους και τα καταστήματα είναι σχεδόν όλες στην Αγγλική γλώσσα. Ακόμα και η αύξηση της εγκληματικότητας και της χρήσης ναρκωτικών σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τον τουρισμό.

Γενικά όμως η ανάπτυξη του τουρισμού είχε ευεργετικές επιπτώσεις στην Κύπρο και τη βοήθησε να ορθοποδήσει, ειδικά μετά την τουρκική εισβολή. Η κυβέρνηση λαμβάνει πολλά μέτρα για τη διατήρηση και την αύξηση του τουρισμού όπως είναι για παράδειγμα η προώθηση του αγροτουρισμού, η ποιοτική αναβάθμιση των ξενοδοχειακών και άλλων τουριστικών εγκαταστάσεων και η παροχή κινήτρων στους ξενοδόχους. Όλοι πρέπει να προσέξουν ώστε η τουριστική ανάπτυξη να είναι ορθολογιστική και μέσα στα πλαίσια που πραγματικά εξυπηρετούν την Κύπρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ – ΟΡΙΣΜΟΣ, ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Ως τουριστικά γραφεία ή γραφεία ταξιδιών ή τουριστικά πρακτορεία ορίζονται από τον νόμο οι οργανωμένες σε νόμιμη βάση επιχειρήσεις, οι οποίες αναλαμβάνουν με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, τη μεταφορά, τη διακίνηση ή διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων, εντός ή εκτός της χώρας στην οποία λειτουργεί το τουριστικό γραφείο. Ο ρόλος του είναι πολύ σημαντικός για την τουριστική βιομηχανία αφού αποτελεί τον κύριο συνδετικό κρίκο προϊόντος-πελάτη και αποσκοπεί στην παροχή υψηλού επιπέδου τουριστικών υπηρεσιών.

2.2 THOMAS COOK-Ο ΠΡΩΤΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΑΣ

Αναφερόμενοι στον τουρισμό και ιδιαίτερα στα τουριστικά γραφεία, δεν θα μπορούσαμε φυσικά να μην αφιερώσουμε μια ενότητα στον άνθρωπο που αποτελεί τον πρώτο ταξιδιωτικό πράκτορα, τον Thomas Cook (1808-1892). Το όνομα του έγινε συνώνυμο με τα ταξίδια. Στις 5 Ιουλίου 1841 οργάνωσε την πρώτη οργανωμένη εκδρομή στην ιστορία του τουρισμού, μια ημερήσια εκδρομή με τρένο από το Leicester στο Loughborough, με αντίτιμο μια λίρα. Το 1845, ακολούθησε ένα νέο οργανωμένο ταξίδι, για ταξιδιώτες από το Leicester, το Nottingham και το Derby με προορισμό το Liverpool.

Ο Thomas Cook δεν έχανε ευκαιρία και συνεχίζοντας με ζήλο την προσπάθεια του, κατόρθωσε να μετακινήσει οργανωμένα περίπου 150 000 άτομα από το Yorkshire και τα Midlands προς την μεγάλη διεθνή εμπορική έκθεση του 1851 που πραγματοποιήθηκε στο Hyde Park του Λονδίνου.

Η πρώτη κίνηση του για ταξίδια εκτός Αγγλίας ήρθε το 1855, όπου με επικεφαλής τον ίδιο, πραγματοποίησε ταξίδι στην Ευρώπη με προορισμούς τις Βρυξέλλες, την Κολωνία, την Φρανκφούρτη, την Χαϊδελβέργη, το Στρασβούργο και το Παρίσι. Το 1864, ανοίγει γραφείο στο Λονδίνο στην Fleet Street. Ακολούθησε το πρώτο ταξίδι στην Αμερική το 1866, όπου αυτή την φορά επικεφαλής ήταν ο γιός του, John Mason Cook.

Το 1868, χρησιμοποιώντας την εξυπνάδα και ιδιοφυΐα του, εφάρμοσε ένα σύστημα ξενοδοχειακών κουπονιών, που εξασφάλιζαν μια σταθερή τιμή

σε επιλεγμένα ξενοδοχεία σ' όλη την Αγγλία. Η επιχείρηση Thomas Cook and Son προχώρησε σε μια ακόμα πρωτοποριακή πράξη το 1872-73, πραγματοποιώντας τον πρώτο γύρο της Γής με διάρκεια 222 μέρες. Επίσης, το 1874 κυκλοφόρησε στη Νέα Υόρκη το Cook's Circular Note, ένα πρώιμο traveler's cheque.

Ο Thomas Cook πεθαίνει το 1892 και ο γιός του το 1899. Η εταιρεία του όμως συνεχίζει και είναι η πρώτη που λανσάριε τα αεροπορικά ταξίδια αναψυχής, ήδη από το 1908. Μάλιστα το 1927, πραγματοποιεί το πρώτο αεροπορικό ταξίδι σε γκρουπ με συνοδό, από την Νέα Υόρκη στο Σικάγο για ένα τουρνουά μποξ και ακολούθως το 1939 εισάγει την έννοια του charter flight.

Σήμερα, η εταιρεία Thomas Cook AG, αποτελεί το δεύτερο ταξιδιωτικό οργανισμό στην Ευρώπη και τον τρίτο σε όλο τον κόσμο. Μόνο στην Μεγάλη Βρετανία ο οργανισμός περιλαμβάνει:

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

ενώ συνολικά περιλαμβάνει πολλές άλλες εταιρείες ανά το παγκόσμιο. Μάλιστα προσφέρει διακοπές σε περισσότερους από χίλιους προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο και αποτελεί έναν από τους πιο γνωστούς και αναγνωρισμένους ταξιδιωτικούς οργανισμούς στον κόσμο.

2.3 ΟΙ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Η αποστολή του τουριστικού γραφείου είναι η παράδοση ενός ολοκληρωμένου πακέτου τουριστικού προϊόντος στον πελάτη-ταξιδιώτη ή πολλές φορές εναλλακτικών πακέτων με σκοπό πάντοτε την πλήρη ικανοποίηση των επιθυμιών του πελάτη. Αυτές οι υπηρεσίες άλλωστε θα καθορίσουν την ποιότητα του ταξιδιού (κακό, μέτριο ή εξαιρετικό) και ταυτόχρονα θα καθορίσουν και την κριτική και γνώμη του πελάτη σχετικά με το ταξιδιωτικό γραφείο που του έχει πωλήσει αυτό το προϊόν. Οι εργασίες ενός τουριστικού γραφείου για την επιτυχία των πιο πάνω είναι:

- Η κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων εντός και εκτός της Κύπρου (μονοήμερα, ολιγοήμερα και πολυήμερα) που πραγματοποιούνται με θαλάσσια, χερσαία ή εναέρια μέσα μεταφοράς, ιδιόκτητα ή μισθωμένα. Η οργάνωση και εποπτεία των προγραμμάτων είναι ευθύνη του γραφείου εκτός από τις περιπτώσεις στις οποίες τα προγράμματα έχουν γίνει από άλλο γραφείο ή tour operator οπότε και το τουριστικό γραφείο λειτουργεί ως μεσάζων πώλησης ενώ η ευθύνη ανήκει στον διοργανωτή.

- Η μεσολάβηση για εξασφάλιση και ενοικίαση διαμονής σε καταλύματα (ξενοδοχεία, μοτέλ, ενοικιαζόμενα σπίτια και διαμερίσματα, βίλες κλπ)
- Η φροντίδα για την ημιδιατροφή ή και πλήρη διατροφή, ψυχαγωγία και άλλες δραστηριότητες των πελατών του στον τόπο προορισμού πάντοτε σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες του πελάτη.
- Η μεσολάβηση για την έκδοση εισιτηρίων για μέσα μεταφοράς στον τόπο μετάβασης.
- Η διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, ημερίδων, εκθέσεων και άλλων σειρών εκδηλώσεων για την ικανοποίηση των αναγκών εταιρειών, συλλόγων, σωματείων, ομάδων, υπουργείων, οργανώσεων και οργανισμών.
- Η διοργάνωση ταξιδιών κινήτρων (incentives) τα οποία προσφέρουν διάφορες εταιρείες στους υπαλλήλους τους ως κίνητρο παραγωγικότητας ή στους συνεργάτες τους για προώθηση των πωλήσεων.
- Η μεσολάβηση για ενοικίαση αυτοκινήτων, mini bus, αεροσκαφών, σκαφών αναψυχής και άλλων μεταφορικών μέσων.
- Η διαμεσολάβηση για την πληρωμή και εξασφάλιση ταξιδιωτικής visa.
- Η παροχή πληροφοριών ή ακόμα και βοήθεια για εξασφάλιση ξένου συναλλάγματος ή ταξιδιωτικών επιταγών (traveller's cheques), πιστοποιητικών υγείας και ευκαιριών αγορών στους τόπους προορισμού.
- Η παροχή επιπλέον χρήσιμων πληροφοριών σχετικά με δρομολόγια αφίξεων και αναχωρήσεων, τιμές εισιτηρίων, εκδηλώσεις, αγορές, τρόποι τηλεφωνικής επικοινωνίας, χρήσιμα τηλέφωνα και τηλέφωνα έκτακτης ανάγκης που αφορούν τον τόπο προορισμού του ταξιδιώτη.
- Η παροχή πληροφοριών σχετικά με την ασφάλεια του ταξιδιώτη και των αποσκευών και προσωπικών του αντικειμένων σε συνεργασία με αξιόπιστες ασφαλιστικές εταιρείες.
- Η παροχή έντυπου υλικού, χαρτών, ταξιδιωτικών καταλόγων του χώρου στον οποίο θα ταξιδέψει ο πελάτης.
- Η παροχή μιας σειράς επιπλέον υπηρεσιών που αφορούν τον τόπο προορισμού του πελάτη είτε για συναυλίες, αθλητικά γεγονότα ή οποιαδήποτε άλλα γεγονότα θεάματος στον τόπο προορισμού.

2.4 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Τα τουριστικά γραφεία χωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες. Η διάκριση τους στις κατηγορίες αυτές εξαρτάται από τον τρόπο προσέγγισης τους και οι σημαντικότερες είναι οι πιο κάτω:

A) Ανάλογα με το χρησιμοποιούμενο κριτήριο σε:

- 1. Πρακτορεία Εσωτερικού Τουρισμού**
- 2. Πρακτορεία Γενικού Τουρισμού**

A1. Πρακτορεία Εσωτερικού Τουρισμού

Τα πρακτορεία αυτά είναι συνήθως μικρά και ασχολούνται με τον ντόπιο, Κύπριο τουρίστα. Οι δραστηριότητες τους είναι περιορισμένες και δεν εκτείνονται πέρα από τα όρια της Κυπριακής Δημοκρατίας. Προσφέρουν πακέτα εκδρομών και περιηγήσεων, μονοήμερων ή ολιγοήμερων, σε διάφορους προορισμούς της Κύπρου, για ομάδες ατόμων όπως συνταξιούχους, μαθητές, φοιτητές, ευπαθείς ομάδες, κατηχητικά σχολεία, αθλητικούς και άλλους ομίλους που αποτελούνται από Κύπριους. Βρίσκονται συνήθως σε περιοχές που δεν δέχονται μεγάλο αριθμό ξένων τουριστών.

Οι κυριότεροι προορισμοί είναι ορεινά παραδοσιακά χωριά πλούσια σε κυπριακά προϊόντα είτε για απλή επίσκεψη είτε λόγω κάποιας γιορτής ή φεστιβάλ π.χ. κρασιού, ζιβανίας κλπ, μεγάλα μοναστήρια σε γιορτές ή πανηγύρια, παραδοσιακές γιορτές στις μεγάλες πόλεις όπως η γιορτή του κρασιού και τα καρναβάλια στη Λεμεσό και ο Κατακλυσμός στη Λάρνακα, διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις στα ορεινά όπως ποδηλασία το καλοκαίρι και σκι στο Τρόοδος τον χειμώνα, σπουδαίοι αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία και αρχαία θέατρα. Τα πρακτορεία αυτά σε συνεργασία εταιρείες μεταφορών, καταλυμάτων και διατροφής, προσφέρουν σε ελκυστικές τιμές εισιτήρια και μέσα μεταφοράς, διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, έντυπα μέσα και ξενάγηση κάνοντας όσο το δυνατόν πιο ευχάριστη την εξόρμηση του Κύπριου τουρίστα. Τέτοια γραφεία μπορούν με την έγκριση του Κ.Ο.Τ (Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού) να αναχθούν σε γραφεία γενικού τουρισμού αν πληρούν όλα τα απαραίτητα κριτήρια.

A2. Πρακτορεία Γενικού Τουρισμού

Τα πρακτορεία γενικού τουρισμού βρίσκονται συνήθως σε περιοχές που δέχονται μεγάλο αριθμό ξένων και ντόπιων τουριστών και οι δραστηριότητες τους είναι πολύ διευρυμένες σε σχέση με τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού. Μάλιστα, ανάλογα με την κατηγορία στην οποία στρέφονται διακρίνονται σε υποκατηγορίες όπως πιο κάτω:

A2α. Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού (Incoming Travel Agencies)

Τα γραφεία αυτά ασχολούνται με την μετακίνηση ξένων τουριστών από το εξωτερικό όπου διαμένουν, προς έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορισμούς που παρουσιάζουν ενδιαφέρον στον τόπο στον οποίο εδρεύει και λειτουργεί το τουριστικό γραφείο εισερχόμενου τουρισμού. Για παράδειγμα ένα τέτοιο γραφείο στην Κύπρο είναι το γραφείο που φέρνει τουρίστες από το εξωτερικό σε οποιαδήποτε πόλη της Κύπρου.

Αναλαμβάνουν τη διακίνηση και εξυπηρέτηση τουριστών από τη χώρα διαμονής τους και παρέχουν κρατήσεις ξενοδοχείων, παραλαβή τουριστών από το αεροδρόμιο, λιμάνι κλπ. και μεταφορά τους από και προς

το ξενοδοχείο, τακτοποίηση κατά την άφιξη τους, περιηγήσεις, διακοπές ειδικού ενδιαφέροντος (one day cruises κλπ.), επεξηγήσεις και διερμηνείες, κρατήσεις εισιτηρίων, τμήμα Αντιπροσώπων (reps) του διοργανωτή των τουριστικών πακέτων των tour – operator οι οποίοι λογοδοτούν στην εταιρία και συνεργάζονται με το γραφείο για την ομαλότερη υλοποίηση των δραστηριοτήτων τους και υποδέχονται και ενημερώνουν τους τουρίστες και επιλύουν τυχόν έκτακτες ανάγκες.

A2β. Γραφεία Εξερχόμενου Τουρισμού (Outgoing Travel Agencies)

Τα γραφεία αυτά ασχολούνται με την διακίνηση τουριστών από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους, όπου εδρεύει και το γραφείο εξερχόμενου τουρισμού, προς το εξωτερικό. Τα γραφεία αυτά σχεδιάζουν και εκτελούν πακέτα διακοπών σε προορισμούς σ' ολόκληρο τον κόσμο, τα οποία περιλαμβάνουν εισιτήρια (αεροπορικά, ακτοπλοϊκά ή και τα δύο), διανυκτερεύσεις και εκδρομές στους χώρους μετακίνησης.

Στην Κύπρο υπάρχουν πολλά μεγάλα τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού σε όλες τις πόλεις αλλά και πολλά μικρότερα τα οποία πωλούν έτοιμα πακέτα τα οποία αγοράζουν από τα μεγάλα. Η ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου εξερχόμενου τουρισμού στην Κύπρο είναι και το αντικείμενο της παρούσας εργασίας.

A2γ. Γραφεία Εισερχόμενου και Εξερχόμενου Τουρισμού (Incoming and Outgoing Travel Agencies)

Η κατηγορία αυτή αφορά γραφεία και με τις δύο πιο πάνω ιδιότητες. Δηλαδή μεταφορά τουριστών από και προς το εξωτερικό.

Η διάκριση αυτή θεσμοθετήθηκε το 1976 και ισχύει μέχρι και σήμερα όταν αναφερόμαστε στα γραφεία γενικού τουρισμού. Ένα γραφείο γενικού τουρισμού μπορεί να ασχολείται και με τις τρεις πιο πάνω κατηγορίες ή με οποιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού.

B) Ανάλογα με την εξειδίκευση τους σε:

1. Διοργανωτές Ταξιδιών (Tour Operators)
2. Πρακτορεία Ταξιδιών - λιανοπωλητές (Retailers)
3. Πρακτορεία Ταξιδιών - ανταποκριτές

B1. Διοργανωτές Ταξιδιών (Tour Operators)

Διοργανωτές Ταξιδιών ή πιο γνωστά ως Tour Operators ονομάζονται οι μεγάλοι τουριστικοί οργανισμοί που με ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά

μέσα οργανώνουν προγράμματα διακοπών για μεγάλες ομάδες ατόμων σε τακτές ημερομηνίες. Ο διοργανωτής ταξιδιών (Tour Operator) έχει οριστεί σύμφωνα με την IUOTO (International Union of Official Travel Organization) σαν μια επιχείρηση διανομής στην τουριστική βιομηχανία που πρώτα εκτιμά την αναμενόμενη ζήτηση και στην συνέχεια εξασφαλίζει έναν αριθμό θέσεων στα διάφορα μεταφορικά μέσα, έναν αριθμό δωματίων σε διάφορα ξενοδοχεία καθώς και επιπλέον δραστηριοτήτων όπως διάφορες τοπικές εκδρομές.

Έτσι δημιουργεί ένα ολοκληρωμένο πακέτο διακοπών το οποίο πωλείται στους πελάτες του, μέσω των τουριστικών γραφείων, με καθορισμένη τιμή, ημέρα και τόπο αναχώρησης και επιστροφής. Οι υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στο πακέτο πωλούνται σε μια ενιαία τιμή και δεν μπορούν να διαχωριστούν μεταξύ τους. Τέτοιοι οργανισμοί υπάρχουν αρκετοί σε κάθε χώρα και σε μεγάλο βαθμό οι πωλήσεις πακέτων διακοπών γίνονται μέσω αυτών. Οι Tour Operators συνεργάζονται με διάφορες αεροπορικές εταιρίες και ξενοδοχεία και προσπαθούν να προσφέρουν στους πελάτες τους ένα σχετικά ποιοτικό και οικονομικό πακέτο διακοπών. Συνήθως, ο καθένας ειδικεύεται σε έναν συγκεκριμένο προορισμό.

B2. Πρακτορεία Ταξιδιών - λιανοπωλητές (Retailers)

Οι λιανοπωλητές πωλούν τα έτοιμα προγράμματα των tour operators σε μεμονωμένα άτομα που δεν επιθυμούν να αγοράσουν ένα πακέτο εκδρομών. Αναλαμβάνουν τον ρόλο του μεσολαβητή μεταξύ των προμηθευτών και των τουριστών.

B3. Πρακτορεία Ταξιδιών – ανταποκριτές

Οι ανταποκριτές είναι τα τουριστικά πρακτορεία που αντιπροσωπεύουν τον tour operator στην περιοχή πραγματοποίησης των διακοπών και αναλαμβάνουν την πώληση των τουριστικών τους πακέτων για την συγκεκριμένη περιοχή. Οι tour operators επιζητούν την συνεργασία με τα τοπικά τουριστικά γραφεία γιατί ο ταξιδιωτικός πράκτορας γνωρίζει την αγορά και τις ιδιαιτερότητες της περιοχής και μπορεί να δώσει σωστές και αξιόπιστες πληροφορίες στον τουρίστα.

Γ) Ανάλογα με το μέγεθος των εργασιών τους σε:

- 1. Σε πολυεθνικά τουριστικά γραφεία:** η δράση τους είναι πολύ μεγάλη και έχουν υποκαταστήματα σε διάφορες χώρες.
- 2. Σε εθνικά:** δραστηριοποιούνται εντός της χώρας και έχουν παραρτήματα σε πολλές περιοχές της ίδιας χώρας.
- 3. Σε περιφερειακά:** είναι γραφεία που οι δυνατότητες τους περιορίζονται σε τοπικό επίπεδο και δραστηριοποιούνται σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

Δ) Ανάλογα με τον τύπο των υπηρεσιών που προσφέρουν σε:

1. Γραφεία Εμπορικών/ Επιχειρηματικών ταξιδιών
2. Γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων
3. Γραφεία ειδικού - εναλλακτικού τουρισμού
4. Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet)

Δ1. Γραφεία Εμπορικών/ Επιχειρηματικών ταξιδιών

Τα γραφεία εμπορικών και επιχειρηματικών ταξιδιών ασχολούνται αποκλειστικά με τα ταξίδια που ενδιαφέρονται να πραγματοποιήσουν έμποροι και επιχειρηματίες για επαγγελματικό σκοπό. Τέτοιος τύπος γραφείου απευθύνεται σε μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς που οργανώνουν ταξίδια για τους υπαλλήλους τους. Δυστυχώς δεν υπάρχει μεγάλος αριθμός γραφείων εμπορικών και επιχειρηματικών ταξιδιών διότι η αγορά στην οποία απευθύνεται είναι εξειδικευμένη και απαιτεί την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών. Τα περισσότερα αποτελούν μέρος ενός μεγάλου γραφείου. Τα γραφεία αυτά πρέπει να στελεχώνονται από καλά εκπαιδευμένο προσωπικό, το οποίο να διαθέτει την εμπειρία να χειριστεί αυτή την ειδική κατηγορία πελατών.

Δ2. Γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων

Τα γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων ασχολούνται με την διοργάνωση συνεδρίων διαφόρων θεμάτων, σε πόλεις ή τουριστικά θέρετρα αλλά και με τα ταξίδια που πραγματοποιούν μεγάλοι οργανισμοί και εταιρίες, τα οποία προσφέρουν ως δώρο στο προσωπικό τους, δίνοντας τους με αυτόν τον τρόπο το κίνητρο να εργαστούν ακόμα πιο αποδοτικά για την επόμενη χρονιά. Και σε αυτή την περίπτωση, ο αριθμός τέτοιων γραφείων είναι αρκετά μικρός και τα περισσότερα από αυτά φιλοξενούνται σε μεγάλα τουριστικά γραφεία. Η ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού κρίνεται και εδώ απαραίτητη.

Δ3. Γραφεία ειδικού - εναλλακτικού τουρισμού

Τα γραφεία ειδικού - εναλλακτικού τουρισμού παρέχουν ειδικές υπηρεσίες που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες – κατηγορίες πελατών. Αυτά τα γραφεία παρέχουν υπηρεσίες που σχετίζονται με τις ειδικές μορφές τουρισμού όπως τον τουρισμό υγείας, το θαλάσσιο τουρισμό, τον αγροτουρισμό, το θρησκευτικό τουρισμό τον τουρισμό τρίτης ηλικίας κ.α. Οι απαιτήσεις όσων προτιμούν αυτές τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι εξειδικευμένες, ενώ οι ανάγκες ανάπτυξης εξοπλισμού και εγκαταστάσεων που χρειάζονται για αυτές είναι μεγάλες. Για την παροχή αυτών των υπηρεσιών απαιτείται ειδικευμένο προσωπικό, μεγάλη διαφήμιση και καλή γνώση της υπηρεσίας που κάθε γραφείο προσφέρει.

Δ4. Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet)

Τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet) είναι αυτά που δραστηριοποιούνται στον χώρο του διαδικτύου. Μεγάλος αριθμός επισκεπτών συμβουλεύεται το διαδίκτυο για να βρει πληροφορίες για τον προορισμό των διακοπών του. Στο διαδίκτυο έχουν δημιουργηθεί πολλά τουριστικά sites που δέχονται εκατομμύρια επισκεπτών. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι μεταξύ άλλων οι μεγάλοι tour operators και οι αεροπορικές εταιρίες ήταν από τους πρώτους που δραστηριοποιήθηκαν στον διαδικτυακό χώρο και σημείωσαν σημαντικές πωλήσεις.

Ε) Ανάλογα με τη δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων σε:

1. Γραφεία IATA: τα γραφεία αυτά έχουν το δικαίωμα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων για πτήσεις εντός και εκτός της χώρας.

2. Γραφεία non - IATA: τα οποία εκδίδουν εισιτήρια όλων των ειδών, εκτός αεροπορικά εισιτήρια για το εξωτερικό. Τα γραφεία non-IATA συνεργάζονται με τα γραφεία IATA και εισπράττουν προμήθεια επί της συνολικής τιμής του εισιτηρίου.

2.5 ΤΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Η Κύπρος εκτός από ελκυστικός προορισμός διακοπών από ξένους τουρίστες αποτελεί και ένα σπουδαίο ορμητήριο Κυπρίων και ξένων μόνιμων κατοίκων Κύπρου για προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Από τα πανάρχαια χρόνια, η σπουδαία γεωγραφική θέση της Κύπρου την έκανε ελκυστική για όλους τους κατακτητές-ισχυρούς των τότε εποχών για οικονομικούς, εμπορικούς και στρατηγικούς σκοπούς, όντας στην μέση τριών ηπείρων. Αυτό το άλλοτε χρυσό και άλλοτε καταστροφικό “δώρο” της τοποθεσίας της Κύπρου, έχει αναγάγει την Κύπρο ως μια από τις σημαντικότερες βάσεις της τουριστικής βιομηχανίας της Μεσογείου με ενδιάμεσους σταθμούς αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εταιρειών μεγάλης εμβέλειας, συνδέοντας Ευρώπη-Ασία-Αφρική.

Μάλιστα οι σύγχρονες εγκαταστάσεις του νέου αεροδρομίου Λάρνακας και του ανακαινισμένου αεροδρομίου Πάφου, καθώς και το σύγχρονο και συνεχώς εξελισσόμενο λιμάνι Λεμεσού, αλλά και οι συνεργασίες Ελλάδας και Κύπρου μέσω του Διεθνή Αεροδρομίου Ελευθέριος Βενιζέλος που βρίσκεται πολύ κοντά, έδωσαν κίνητρα σε πολλές αεροπορικές εταιρείες να χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις μας για στάσεις, κάνοντας πλέον δυνατή την εύκολη μετακίνηση σε πάρα πολλούς προορισμούς ανά τον κόσμο με απευθείας πτήσεις από την Κύπρο. Αυτό, όπως είναι κατανοητό σημαίνει και μείωση κόστους και μείωση χρόνου για προορισμούς που στο παρελθόν έμοιαζαν ονειρικοί για τους Κύπριους ταξιδιώτες.

Επίσης, η οικονομική ανάπτυξη της Κύπρου από την δεκαετία του 80' και έπειτα καθώς και το ψηλό βιοτικό επίπεδο των Κυπρίων, μέχρι δυστυχώς την κρίση που ξεκίνησε το 2012, καθιστούσαν επιβεβλημένη τη δημιουργία τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού. Ο γνωστός προορισμός του Κύπριου ταξιδιώτη που άλλοτε ήταν συνήθως η Ελλάδα και η Αγγλία κυρίως λόγω και της ομογένειας εκεί, άλλαξε, οι Κύπριοι χρόνο με τον χρόνο γίνονταν πιο απαιτητικοί και οι προορισμοί τους όλο και πιο μακρινοί και πολυτελείς. Επίσης, η παρουσία πληθώρας ξένων μόνιμων κατοίκων Κύπρου, κυρίως Ρώσων και Βρετανών από ανώτερα οικονομικά στρώματα, και η ανάγκη ικανοποίησης των τουριστικών τους εξορμήσεων για επαγγελματικούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς, έδωσαν τα επιπλέον κίνητρα για τη δημιουργία πληθώρας τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού με συνεχώς αναβαθμιζόμενες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

3.1 ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Όταν κάποιος πάρει την απόφαση να ασχοληθεί με τον τουριστικό τομέα μέσω τουριστικού γραφείου, πρέπει να επιλέξει και τον τρόπο που θα το κάνει καθώς έχει τρεις επιλογές. Η πρώτη είναι να ανοίξει ένα καινούριο τουριστικό γραφείο, η δεύτερη είναι να αγοράσει ένα υφιστάμενο το οποίο ήδη λειτουργεί και η τρίτη να αποκτήσει δικαίωμα χρήσης εμπορικής επωνυμίας. Η απόφαση βέβαια δεν είναι εύκολη και πρέπει να ζυγιστούν τόσο τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα της κάθε επιλογής έτσι ώστε η επένδυση να επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Πιο κάτω γίνεται ανάλυση της κάθε κατηγορίας χωριστά.

➤ Ίδρυση νέου τουριστικού γραφείου

Η απόφαση αυτή ενέχει τον μεγαλύτερο κίνδυνο και το μεγαλύτερο ρίσκο. Κέρδη για τα περισσότερα από τα νέα τουριστικά γραφεία δεν υφίστανται κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας τους, όπως άλλωστε και για τις περισσότερες νέες επιχειρήσεις τα λογιστικά βιβλία των οποίων δεν έχουν πολλές καταχωρήσεις εσόδων μέχρι τον δεύτερο ή και τρίτο χρόνο λειτουργίας τους. Πριν την λήψη απόφασης ίδρυσης ενός νέου τουριστικού γραφείου είναι απαραίτητο να απαντηθούν ορισμένες ερωτήσεις όπως το αν μπορεί η υπάρχουσα αγορά να αντέξει ένα επιπλέον τέτοιο γραφείο, αν είναι διαθέσιμο εκπαιδευμένο προσωπικό για να το στελεχώσει καθώς και αν υπάρχουν διαθέσιμες εγκαταστάσεις που θα το φιλοξενήσουν. Επίσης, σημαντικό είναι να γνωρίζουμε το κεφάλαιο που θα επενδύσουμε για την κάλυψη των εξόδων αλλά και τον χρόνο που απαιτείται ώστε η επιχείρηση να καταφέρει να αποσβέσει αυτά τα έξοδα.

➤ Αγορά υφιστάμενου τουριστικού γραφείου

Η απόφαση αγοράς ενός υπάρχοντος τουριστικού γραφείου ενέχει μικρότερο κίνδυνο. Οι λόγοι είναι ότι ένα υπάρχον τουριστικό γραφείο είναι ήδη γνώριμο και εδραιωμένο στην αγορά. Ένα υπάρχον γραφείο διαθέτει σταθερή αγορά, έναν ικανοποιητικό όγκο εργασιών, σταθερό ποσοστό πωλήσεων και κερδών, έμπειρο και εκπαιδευμένο προσωπικό, συνθήκες οι οποίες μπορούν να διατηρηθούν από τον νέο ιδιοκτήτη αν εργαστεί με μεθοδικότητα και προσφέρει ικανοποιητικές και ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες του.

Υπάρχουν όμως και τα μειονεκτήματα μιας τέτοιας κίνησης. Ο πωλητής μιας τέτοιας επιχείρησης σίγουρα θα επιδιώξει να παρουσιάσει όσο συμφέρουσα και κερδοφόρα μπορεί την προς πώληση επιχείρηση ώστε να

ανεβάσει την αγοραστική της αξία. Έτσι ο μελλοντικός τουριστικός πράκτορας πρέπει να παρουσιαστεί ιδιαίτερα προσεκτικός και σοβαρός, χωρίς βιαστικές αποφάσεις ώστε μέσω των διαπραγματεύσεων με την συνοδεία νομικών και οικονομικών συμβούλων, να εξασφαλίσει την επιχείρηση στην πραγματική της τιμή. Μερικοί κίνδυνοι που μπορεί να ξεγελάσουν τον αγοραστή είναι κάποιες οφειλές στο κράτος ή σε προμηθευτές οι οποίες δεν φαίνονται. Γι' αυτόν το λόγο πρέπει να γίνονται έρευνες στις οικονομικές καταστάσεις του γραφείου από ανεξάρτητους ελεγκτές ώστε να υπάρχει πλήρης διαφάνεια μεταξύ πωλητή και αγοραστή και ο αγοραστής να καταλήξει εάν η επένδυση είναι συμφέρουσα ή όχι. Βέβαια κάποιες φορές ο αγοραστής πιστεύοντας στις δικές του ικανότητες και φιλοδοξίες μπορεί και να πάρει το ρίσκο αγοράζοντας μια φαινομενικά αποτυχημένη επιχείρηση, πιστεύοντας ότι με τις δικές του ιδέες και όραμα θα την καταστήσει κερδοφόρα σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Επίσης, θα πρέπει να λάβει υπόψη και το ποσό που πιθανόν να χρειαστεί να επενδύσει στο άμεσο μέλλον ώστε να προχωρήσει στις αναγκαίες αναβαθμίσεις τόσο στις κτιριακές εγκαταστάσεις όσο και στον τεχνολογικό εξοπλισμό. Πρέπει να γίνει μια ενδελεχής επιθεώρηση του κτιρίου, των επίπλων, της διακόσμησης, των υπολογιστών, εκτυπωτών και λογισμικού, των συστημάτων ασφαλείας, του προσωπικού, του προσφερόμενου προϊόντος μέσω διαφήμισης και τις δημόσιες σχέσεις.

➤ Δικαίωμα χρήσης εμπορικής επωνυμίας

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για την εξασφάλιση δικαιώματος χρήσης εμπορικής επωνυμίας στον τουριστικό κλάδο. Οι περισσότερες προσπάθειες όμως έχουν αποτύχει λόγω του ότι η εκχωρούσα εταιρεία δεν είχε επαρκείς γνώσεις για τις τουριστικές εργασίες ή δεν μπορούσε να τηρήσει τις υποσχέσεις που είχε δώσει. Κατά διαστήματα δημιουργήθηκαν πολλές ευκαιρίες για εκχωρήσεις δικαιωμάτων χρήσης εμπορικών επωνυμιών και είναι βέβαιο πως θα δοθούν παρόμοιες ευκαιρίες στο άμεσο μέλλον. Με βάση τα σημερινά δεδομένα, τα ταξιδιωτικά γραφεία αποτελούν ένα αποτελεσματικό είδος εργασιών για την εκχώρηση δικαιωμάτων χρήσης εμπορικής επωνυμίας.

Επειδή τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι ένας τομέας εργασιών με χαμηλά έσοδα, δεν είναι πάντα εύκολη η απόκτηση δικαιωμάτων χρήσης εμπορικών επωνυμιών. Ωστόσο, μεγάλες και καθιερωμένες εταιρίες υποστηρίζουν πως τα τουριστικά γραφεία μπορούν να αποκτήσουν τέτοια δικαιώματα, κάτω από το δικό τους όνομα και διαφημιστική καμπάνια. Για την απόκτηση αυτών των δικαιωμάτων, το τουριστικό γραφείο οφείλει να δώσει μια προκαταβολή το ύψος της οποίας εξαρτάται από την εκχωρούσα κάθε φορά εταιρία. Υποχρέωση της εκχωρούσας εταιρείας είναι να προσφέρει εκπαίδευση, το όνομα της εταιρείας και γενικότερες επιχειρηματικές συμβουλές.

Μέσα απ' όλα αυτά φαίνεται ότι ο υποψήφιος ταξιδιωτικός πράκτορας θα πρέπει να εξετάσει όλες τις θετικές και αρνητικές παραμέτρους, να κάνει

έρευνα αγοράς της τουριστικής ζήτησης και σύμφωνα με τα αποτελέσματα που θα πάρει να αποφασίσει εάν η είσοδος του στην τουριστική βιομηχανία θα είναι επικερδής ή όχι. Μερικές από τις αρχικές διαδικασίες που πρέπει να κάνει είναι να έρθει σε επαφή με διάφορους ταξιδιωτικούς πράκτορες, ιδιοκτήτες και διευθυντές και να ενημερωθεί από αυτούς για το ποιες είναι οι απαραίτητες ενέργειες που χρειάζονται να γίνουν ώστε να ανοίξει ένα οργανωμένο και επικερδές τουριστικό γραφείο. Επίσης, θα ήταν ορθό να επικοινωνήσει με διάφορους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς όπως την IATA (International Air Transport Association) – Ένωση Διεθνών Αερομεταφορών, να μιλήσει μαζί τους για τις διαδικασίες που απαιτούνται ώστε να γίνει μέλος τους και να ακούσει τις προτάσεις τους και την παρούσα κατάσταση του τουριστικού προϊόντος.

Ο υποψήφιος τουριστικός πράκτορας, αφού αποφασίσει για το εάν θα προχωρήσει τελικά με την ενασχόληση ενός τουριστικού γραφείου και αφού αποφασίσει με ποιόν από τους τρεις πιο πάνω τρόπους θα το πράξει, πρέπει να βρει και τους αναγκαίους πόρους και πηγές χρηματοδότησης προτού προχωρήσει με τις αιτήσεις ίδρυσης και δικαιολογητικά προς τους αρμόδιους φορείς. Αυτό το κεφάλαιο μπορεί να προέρχεται από προσωπική περιουσία του μελλοντικού ιδιοκτήτη, από διάφορους άλλους επενδυτές, από μετοχοποίηση της εταιρείας, από προσφορές προμηθευτών, από δάνεια από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, από επιχορηγήσεις του κράτους ή ακόμα συνδυασμό όλων των πιο πάνω.

3.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΑΔΕΙΑΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Αφού λοιπόν ο τουριστικός πράκτορας αποφασίσει τον τρόπο με τον οποίο θα ανοίξει ένα τουριστικό γραφείο και βρει τις απαραίτητες πηγές χρηματοδότησης, θα πρέπει να μελετήσει και τις νομικές προϋποθέσεις που απαιτούνται για την ίδρυση ταξιδιωτικού πρακτορείου και τα δικαιολογητικά που πρέπει να προσκομίσει στη αρμόδια αρχή.

➤ Κριτήρια Επιλεξιμότητας

Σύμφωνα με τον “Περί Γραφείων Τουρισμού Και Ταξιδιών Και Ξεναγών Νόμων του 1995 Εώς 2012 (Ενοποίηση)” της Κυπριακής Δημοκρατίας, για την ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών στην Κυπριακή Δημοκρατία, από φυσικά και νομικά πρόσωπα, κρατών μελών της ΕΕ απαιτείται η εξασφάλιση άδειας για την ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού (ΚΟΤ).

Άδεια για ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών στην Κυπριακή Δημοκρατία μπορεί να παραχωρηθεί μόνο σε φυσικά πρόσωπα τα οποία είναι κάτοικοι της Κυπριακής Δημοκρατίας ή άλλου κράτους μέλους της ΕΕ ή σε νομικά πρόσωπα τα οποία έχουν ιδρυθεί στην Κυπριακή Δημοκρατία ή σε άλλο κράτος μέλος. Εταιρείες από κράτη που δεν ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση μπορούν να λειτουργήσουν στην Κυπριακή Δημοκρατία πάνω σε μόνιμη βάση μόνο αν αντιπροσωπεύονται από αδειούχο Γραφείο Τουρισμού και Ταξιδιών στην Κυπριακή Δημοκρατία. Πληροφορίες για τα κριτήρια και προϋποθέσεις που επιβάλλονται για την ίδρυση Τουριστικού Γραφείου στην Κύπρο μπορεί να βρει κάποιος στην επίσημη φόρμα ενημέρωσης του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού Κ.Ο.Τ.

(βλέπε: Έντυπο Κ.Ο.Τ. Γενικές Πληροφορίες Για Ενδιαφερόμενους Να Ιδρύσουν Γραφείο Τουρισμού Και Ταξιδιών. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α, σελ.34)

Κάθε τουριστικό και ταξιδιωτικό γραφείο πρέπει να διευθύνεται από διευθυντή ο οποίος:

(α1) είτε να είναι απόφοιτος αναγνωρισμένης ανώτερης σχολής τουριστικών επαγγελμάτων ή κάτοχος διπλώματος πανεπιστημίου σε θέματα τουρισμού και να έχει έναν τουλάχιστο χρόνο πείρα σε γραφείο τουρισμού και ταξιδιών,
(α2) είτε να είναι κάτοχος πτυχίου πανεπιστημίου και να έχει τρία τουλάχιστον χρόνια πείρα σε γραφείο ταξιδιών,
(α3) είτε να είναι κάτοχος απολυτηρίου εξατάξιας σχολής μέσης εκπαίδευσης και να έχει επταετή τουλάχιστον υπηρεσία σε γραφείο τουρισμού και ταξιδιών ή αεροπορική ή ναυτιλιακή εταιρεία σε τμήματα που ασχολούνται κύρια και άμεσα με τουριστικές και ταξιδιωτικές δραστηριότητες,

(β) να γνωρίζει καλά μια τουλάχιστον ξένη γλώσσα από τις τουριστικά επικρατέστερες «Νοείται ότι σε περίπτωση που ο διευθυντής Γραφείου προέρχεται από κράτος μέλος ή τρίτη χώρα μέσα σε έξι μήνες από την ημερομηνία χορήγησης της άδειας λειτουργίας του Γραφείου πρέπει αποδεδειγμένα να αποκτήσει επαρκή γνώση τουλάχιστον μιας εκ των επισήμων γλωσσών της Δημοκρατίας».

(γ) να μην τελεί δυνάμει δικαστικού διατάγματος υπό απαγόρευση της ελεύθερης διαχείρισης της περιουσίας του και

(δ) να μην έχει καταδικαστεί για αδίκημα το οποίο ενέχει έλλειψη τιμιότητας ή ηθική αισχρότητα ή να μην έχει καταδικαστεί για παράβαση οποιασδήποτε νομοθεσίας για την οποία έχει αρμοδιότητα ο Οργανισμός.

Σε περίπτωση που ο αιτητής είναι νομικό πρόσωπο, όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου πρέπει να έχουν τα προσόντα που αναφέρονται στις παραγράφους (γ) και (δ) ανωτέρω. Η υπόδειξη εκ των προτέρων Υπεύθυνου Διευθυντή και Ονόματος για το προτεινόμενο Γραφείο, που να ικανοποιούν τις πρόνοιες της Νομοθεσίας, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη χορήγηση της σχετικής άδειας.

(βλέπε: Έντυπο Κ.Ο.Τ. Στοιχεία Διευθυντή Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β, σελ.37)

➤ Διαδικασία Υποβολής Αίτησης

Το έντυπο αίτησης για ίδρυση Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών μπορεί να υποβληθεί είτε ηλεκτρονικά διαμέσου της διαδικτυακής πύλης του ΕΚΕ Κύπρου, είτε με ταχυδρομείο/δια χειρός στην αρμόδια αρχή:

Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού

Ταχ.Κιβ. 24535, 1390 Λευκωσία

Τηλ: +357 22691163, +357 22691282

Φαξ: +357 22338541

Ηλ. Ταχ.: mkyprianou@visitcyprus.com

Ιστοσελίδα: <http://www.visitcyprus.biz>

(βλέπε: Έντυπο Κ.Ο.Τ. Αίτηση Για Ίδρυση Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ, σελ.38)

Το έντυπο αίτησης πρέπει να συνοδεύεται από τα ακόλουθα έγγραφα:

- πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό Ποινικού Μητρώου, που υποβάλλεται όχι αργότερα από 60 ημέρες από την ημερομηνία έκδοσής του (σε περίπτωση που ο αιτητής είναι φυσικό πρόσωπο). Σε περίπτωση που η αίτηση υποβάλλεται ηλεκτρονικά, επισυνάπτεται στην αίτηση αντίγραφο του πιστοποιητικού, ενώ το πρωτότυπο πρέπει να υποβληθεί πριν την έγκριση της αίτησης.
- αντίγραφο Ιδρυτικού και Καταστατικού Εγγράφου (σε περίπτωση νομικού προσώπου).
- αντίγραφο Πιστοποιητικού Σύστασης (σε περίπτωση νομικού προσώπου).
- αντίγραφο του Πιστοποιητικού Μετόχων (σε περίπτωση νομικού προσώπου).
- αντίγραφο Πιστοποιητικού Διευθυντών και Γραμματέα (σε περίπτωση νομικού προσώπου).
- αντίγραφο του Πιστοποιητικού Διεύθυνσης Εγγεγραμμένου Γραφείου (σε περίπτωση νομικού προσώπου).
- πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό λευκού Ποινικού Μητρώου, που υποβάλλεται όχι αργότερα από 60 ημέρες από την έκδοσή του για όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου (σε περίπτωση που ο αιτών είναι νομικό πρόσωπο).

Σε περίπτωση που η αίτηση υποβάλλεται ηλεκτρονικά, επισυνάπτεται στην αίτηση αντίγραφο του πιστοποιητικού, ενώ το πρωτότυπο πρέπει να υποβληθεί πριν την έγκριση της αίτησης. Σημειώνεται ότι τα έγγραφα που εκδίδονται από τον Έφορο Εταιρειών και Επίσημο Παραλήπτη πρέπει να υποβάλλονται όχι αργότερα από 60 ημέρες από την έκδοση ή επικύρωσή τους από τον Έφορο Εταιρειών. Τα στοιχεία για τον προτεινόμενο διευθυντή γραφείου τουρισμού και ταξιδιών πρέπει να συνοδεύονται από τα ακόλουθα έγγραφα:

- αντίγραφο των ακαδημαϊκών προσόντων του προτεινόμενου διευθυντή.
- αντίγραφο του πιστοποιητικού προηγούμενης πείρας σε Γραφείο Τουρισμού και Ταξιδιών ή πιστοποιητικό απασχόλησης από το Τμήμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων.
- πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό λευκού Ποινικού Μητρώου, που υποβάλλεται όχι αργότερα από 60 ημέρες από την έκδοσή του.
- αντίγραφο αποδεικτικού στοιχείου για την υπηκοότητα.

Στη συνέχεια διεξάγονται και επί τόπου επιθεωρήσεις από λειτουργούς του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού. Ο αιτητής ενημερώνεται ως προς την απόφαση για αδειοδότηση εντός τριών μηνών από την ημερομηνία που η αίτηση και τα συνοδευτικά έγγραφα έχουν δεόντως υποβληθεί. Με την έγκριση της Ίδρυσης Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών καταβάλλεται τέλος €400,00 (πληρωτέο τοις μετρητοίς, με επιταγή ή τραπεζική εντολή) και απαιτείται κατάθεση εγγύησης ύψους €30.000. Η εγγύηση μπορεί να καταβληθεί σε μετρητά ή με εγγυητική επιστολή τραπεζικού ή συνεργατικού πιστωτικού ιδρύματος ή ασφαλιστικής εταιρείας. Νοείται ότι σε περίπτωση που η εγγύηση γίνεται με εγγυητική επιστολή, αυτή πρέπει να τύχει της έγκρισης του ΚΟΤ, να ισχύει τουλάχιστον για δύο έτη και να ανανεώνεται τουλάχιστον δύο μήνες πριν τη λήξη της. Η άδεια ισχύει για δύο χρόνια (ή μέρος αυτών) και λήγει στις 31 Δεκεμβρίου. Το τέλος ανανέωσης είναι €300,00.

➤ Υποχρεώσεις Και Εποπτεία

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού εποπτεύει, με τον νενομισμένο τρόπο τη λειτουργία των αδειούχων τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων για να διασφαλίσει ότι υπάρχει συμμόρφωση με τις πρόνοιες των σχετικών Νόμων και Κανονισμών και τους όρους της άδειας, όπως και ότι με τις διάφορες ενέργειες του Γραφείου θα διασφαλισθεί η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, η προστασία του καταναλωτή καθώς και θα αποφευχθεί η δυσφήμιση της Κυπριακής Δημοκρατίας και η οποιαδήποτε πρόκληση ζημιάς στον τουρισμό της.

Αδειούχο Γραφείο Τουρισμού και Ταξιδιών υποχρεούται να συμμορφώνεται μεταξύ άλλων με τα ακόλουθα:

- να διαθέτει κατάλληλα επιπλωμένο και ανεξάρτητο κατάστημα εμβαδού τουλάχιστον 20 τ.μ. με δικό του κοινόχρηστο αποχωρητήριο και νιπτήρα.
- να είναι επανδρωμένο με κατάλληλο και ικανοποιητικό προσωπικό (τουλάχιστο δύο πρόσωπα, συμπεριλαμβανομένου του διευθυντή).
- να έχει δικό του όνομα, το οποίο πρέπει να είναι το ίδιο με εκείνο της άδειας για ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών.

Το δικαίωμα κυριότητας του ονόματος είναι μεταβιβάσιμο με γραπτή συμφωνία και γνωστοποίηση στον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού εντός

ενός μηνός. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με την πολιτική του Οργανισμού είναι επιθυμητό όπως:

- τα ονόματα συνάδουν με τα κυπριακά δεδομένα, την ιστορία, τον πολιτισμό και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Κύπρου
- τα ελληνικά ονόματα δεν θα μεταφράζονται αλλά να αναγράφονται με λατινικούς χαρακτήρες,
- τα ονόματα να είναι, αν αυτό είναι δυνατό, μονολεκτικά, να έχουν νόημα και οπωσδήποτε να μην περιέχουν απλώς γράμματα ή συνδυασμούς γραμμάτων με λέξεις.

Ο Οργανισμός μελετά και εγκρίνει το όνομα Γραφείου ανεξάρτητα του αν εγκρίθηκε ή όχι από το Γραφείο του Εφόρου Εταιρειών. Οι ενδιαφερόμενοι συμβουλευονται όπως, προτού απευθυνθούν στον Έφορο Εταιρειών, επικοινωνούν με τον Οργανισμό για τη σχετική ενημέρωση.

Τα τουριστικά γραφεία είναι υποχρεωμένα να προβαίνουν στις πιο κάτω ενέργειες προς τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού όπου εφαρμόζεται:

- ειδοποιούν τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού και υποβάλλουν τα σχετικά στοιχεία και έγγραφα εντός ενός μηνός σε περίπτωση αλλαγής της διεύθυνσης του αδειούχου γραφείου ή της σύνθεσης του Διοικητικού Συμβουλίου (σε περίπτωση νομικών προσώπων).
- τα γραφεία υποχρεούνται να υποβάλλουν, εφόσον τους ζητηθεί από τον Οργανισμό α) τα σχέδια κάθε διαφημιστικού φυλλαδίου, τεύχους προγραμμάτων ή οποιουδήποτε άλλου εντύπου, μη περιλαμβανομένων τιμών, τα οποία πρόκειται να κυκλοφορήσουν και β) στατιστικά στοιχεία που αφορούν τις δραστηριότητες των γραφείων.
- σε κάθε έκδοση πρέπει να περιλαμβάνουν το όνομα και το εγγεγραμμένο γραφείο του Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών.
- η άσκηση διευθυντικών καθηκόντων από το ίδιο πρόσωπο σε περισσότερα από ένα αδειούχα γραφεία απαγορεύεται.
- αν για οποιοδήποτε λόγο το ποσό της εγγύησης μειώνεται, ο επιχειρηματίας οφείλει να καλύψει τη διαφορά εντός 30 ημερών.
- Σε περίπτωση που η μείωση της εγγύησης είναι μεγαλύτερη του μισού ποσού, ο επιχειρηματίας υποχρεούται να καλύψει τη διαφορά εντός 15 ημερών.

3.3 ΙΔΡΥΣΗ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ίδρυση υποκαταστήματος είναι η εκ των προτέρων εξασφάλιση άδειας λειτουργίας κεντρικού γραφείου. Ένα άτομο το οποίο κατέχει άδεια Τουριστικού Γραφείου, έχει το δικαίωμα να υποβάλει αίτηση στον Κ.Ο.Τ. για ίδρυση υποκαταστήματος είτε στην έδρα του κεντρικού τουριστικού γραφείου είτε σε ολόκληρη την Κύπρο μαζί με όλα τα δικαιολογητικά που αφορούν και το κεντρικό γραφείο. Το υποκατάστημα όμως δεν μπορεί να αποτελέσει την έδρα του τουριστικού γραφείου.

(βλέπε: Έντυπο Κ.Ο.Τ. Αίτηση Για Ίδρυση Υποκαταστήματος Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ, σελ.40)

Επίσης, το υποκατάστημα πρέπει να πληροί όλες τις προϋποθέσεις και όρους ίδρυσης ενός κεντρικού γραφείου τόσο στις διάφορες άδειες και πιστοποιητικά όσο και στις αναγκαίες κτιριακές εγκαταστάσεις που προβλέπονται από τον Κ.Ο.Τ. Πρέπει επίσης να έχει υπεύθυνο πρόσωπο διαφορετικό από τον ιδιοκτήτη του κεντρικού γραφείου. Και το υπεύθυνο πρόσωπο με τη σειρά του πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις που ισχύουν για τον διευθυντή του κεντρικού γραφείου. Η μόνη διαφορά είναι ότι σε περίπτωση παρανομίας σε σχέση με το νόμο του υπεύθυνου του υποκαταστήματος, την αποκλειστική ευθύνη έχει ο κάτοχος της άδειας του κεντρικού γραφείου. Ακόμα, το υποκατάστημα πρέπει να ανανεώνει κάθε τέλος του χρόνου την άδεια του όπως ακριβώς και ένα κεντρικό γραφείο.

3.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ

A. ΕΓΧΩΡΙΟΙ

➤ Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού



ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (ΚΟΤ) ιδρύθηκε και λειτουργεί σύμφωνα με τις πρόνοιες του Περί Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού Νόμου 1969-2005 και τους σχετικούς Κανονισμούς περί Διάρθρωσης και Όρων Απασχόλησης, Διοίκησης και Οικονομικών. Σύμφωνα με το Νόμο, σκοπός του ΚΟΤ είναι η οργάνωση και προαγωγή του τουρισμού στη Δημοκρατία της Κύπρου, χρησιμοποιώντας όλα τα διαθέσιμα μέσα και πόρους.

Στο πλαίσιο αυτό η αποστολή του Οργανισμού είναι:

- Η χάραξη ορθολογικής και ξεκάθαρης πορείας (Στρατηγικής)
- Η καθοδήγηση, συντονισμός και στήριξη των προσπαθειών των εμπλεκόμενων φορέων
- Η ανάληψη πρωτοβουλιών για υλοποίηση της Στρατηγικής
- Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της Στρατηγικής και η προώθηση της συλλογικότητας για το όφελος του συνόλου

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού διοικείται από εννεαμελές Διοικητικό Συμβούλιο και αποτελείται από το γραφείο του Γενικού Διευθυντή και τέσσερα τμήματα:

- Διοίκησης
- Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας
- Διασφάλισης Ποιότητας
- Στρατηγικής

Τα τμήματα αυτά διακρίνονται:

- Στην Κεντρική Υπηρεσία
- Στις Περιφερειακές Υπηρεσίες Εσωτερικού
- Στις Περιφερειακές Υπηρεσίες Εξωτερικού

➤ Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου (ACTA)



Ο Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου ACTA (Association of Cyprus Travel Agents) αποτελεί το μοναδικό Σύνδεσμο Ταξιδιωτικών Γραφείων στην Κύπρο, έχοντας συμπληρώσει μια ανοδική πορεία που ξεπερνά το μισό αιώνα από την ίδρυση του το 1954. Στις τάξεις του περιλαμβάνει τη συντριπτική πλειοψηφία των Κυπρίων Ταξιδιωτικών Πρακτόρων και Διοργανωτών Ταξιδιών που εκπροσωπούν πέραν του 95% των Ταξιδιωτικών Οργανισμών του εξωτερικού που συνεργάζονται με την Κύπρο.

Επίσημη αναγνώριση και πιστοποίηση της υπευθυνότητας και του σημαντικού ρόλου του ACTA, αποτελεί το γεγονός ότι έχει ορισθεί ως Αρχή Έκδοσης Αδειών για τους Κύπριους Διοργανωτές Ταξιδιών με βάση το Νόμο 51(I)/98 που είναι πλήρως ευθυγραμμισμένος με τη σχετική Κατευθυντήρια Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης 90/314/ΕΟΚ της 13ης Ιουνίου 1990.

Ο ACTA είναι μέλος της ECTAA (Πανευρωπαϊκής Ένωσης Συνδέσμων Ταξιδιωτικών Πρακτόρων και Διοργανωτών Ταξιδιών), UFTAA (Παγκόσμια Ομοσπονδία Συνδέσμων Ταξιδιωτικών/Τουριστικών Γραφείων) και του ΚΕΒΕ. Τα Ταξιδιωτικά Γραφεία μέλη του, έχουν αναρτημένο το λογότυπο του ACTA,

το οποίο αναγνωρίζεται ως Σήμα Εμπιστοσύνης και εγγύηση της ακεραιότητας, ικανότητας και υψηλής στάθμης υπηρεσιών.

B. ΔΙΕΘΝΕΙΣ

➤ I.U.O.T.O. (International Union of Official Travel Organizations)

Ιδρύθηκε στη Χάγη (Ολλανδία) το 1923. Πρωταρχικό σκοπό είχε την προβολή και προώθηση του τουρισμού για την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη όλων των χωρών.

➤ W.T.O. (World Tourism Organization)

Ιδρύθηκε το 1975 και αντικατέστησε την I.U.O.T.O., με έδρα τη Μαδρίτη. Η Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού είναι η επίσημη φωνή όλων των εθνών και σκοπός της είναι η προώθηση του τουρισμού σε σχέση με την οικονομική ανάπτυξη, τη διεθνή κατανόηση και ειρήνη, την ευημερία και το διεθνή σεβασμό στα ανθρώπινα δικαιώματα και ελευθερίες, ανεξάρτητα από φυλή, γένος, γλώσσα και θρησκεία.

➤ N.T.O (National Tourism Offices)

Υπάρχουν σε κάθε χώρα και έχουν σκοπό να καθορίζουν την τουριστική πολιτική και προγραμματισμό, τη συνεργασία μεταξύ ιδιωτών και κράτους, την ανάπτυξη και διαφήμιση, τους κανονισμούς που διέπουν τις τουριστικές επιχειρήσεις όπως και την επιμόρφωση και εκπαίδευση των ατόμων που ασχολούνται με τον τουρισμό. Εξαιτίας της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής σημασίας του τουρισμού, οι κυβερνήσεις των κρατών θεωρούν ότι είναι απαραίτητη η ενεργός συμμετοχή τους στην οργάνωση του τουρισμού, που αυτή εκφράζεται μέσω των N.T.O. κάθε χώρας.

➤ I.C.A.O (International Civil Aviation Organization)

Ιδρύθηκε το 1944 και σε αυτήν ανήκουν περίπου 157 χώρες. Είναι η διεθνής οργάνωση των κυβερνήσεων όλων των κρατών, όσον αφορά στην Πολιτική Αεροπορία. Η Διεθνής Οργάνωση Πολιτικής Αεροπορίας θέτει κανονισμούς και δεδομένα για την εναέρια κυκλοφορία, φροντίζει για την ασφάλη, άψογη και οικονομική μεταφορά των πολιτών, την αποφυγή άσκοπου ανταγωνισμού και τα ίσα δικαιώματα όλων των κρατών στην εναέρια κυκλοφορία.

➤ **I.A.T.A. (International Air Transportation Association)**

Ιδρύθηκε το 1945. Είναι η Διεθνής Οργάνωση των Αεροπορικών εταιριών και αριθμεί περίπου 140 μέλη. Η IATA δρα για την επίλυση των κοινών προβλημάτων των αεροπορικών εταιριών, όπως προμήθειες και έλεγχος τιμών καυσίμων, έλεγχος εναέριας κυκλοφορίας, ασφάλεια πτήσεων, αεροπειρατείες κλπ. Αποτελεί την σημαντικότερη πηγή των στατιστικών υπηρεσιών για τις διεθνείς μετακινήσεις.

➤ **U. F.T.A.A. (International Federation of Travel Agencies Associations)**

Ιδρύθηκε το 1950 και είναι η παγκόσμια οργάνωση των Συνδέσμων των ταξιδιωτικών Γραφείων. Αυτή τη στιγμή αριθμεί 110 μέλη – κράτη. Η έδρα της είναι στο Μόντε Κάρλο και η γενική συνέλευση της συνέρχεται μια φορά το χρόνο, για επίλυση προβλημάτων του κλάδου.

➤ **E.C.T.A.A. (European Community's Travel Agencies Associations)**

Ιδρύθηκε το 1960, με έδρα τις Βρυξέλες. Η Ελλάδα προσχώρησε το 1979. Αυτή τη στιγμή τα μέλη της είναι δεκαπέντε, συνέρχονται τέσσερις φορές το χρόνο και συζητούν θέματα που απασχολούν μόνο την Κοινότητα.

➤ **O.E.C.D. (Organization for Economic Cooperation and Development)**

Ιδρύθηκε το 1960 στο Παρίσι. Σκοπός της είναι να προωθή την τουριστική πολιτική που θα επιφέρει οικονομική ανάπτυξη και θα ανυψώνει το βιοτικό επίπεδο των χωρών-μελών. Η OECD διαθέτει μια επιτροπή που διοργανώνει επιμορφωτικά σεμινάρια και συναντήσεις μεταξύ των μελών και επίσης, ετοιμάζει ετήσια έκθεση με τίτλο «Τουριστική Πολιτική και Διεθνής Τουρισμός στα κράτη-μέλη της OECD». Τα μέλη της ξεπερνούν τα είκοσι και τα περισσότερα είναι ευρωπαϊκές χώρες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α**ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ****Τ.Θ. 24535, 1390 Λευκωσία Τηλ.: 22691100, Φαξ: 22338541****ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΥΣ ΝΑ ΙΔΡΥΣΟΥΝ****ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΝ**

1. Η ίδρυση και λειτουργία Τουριστικών Γραφείων ρυθμίζεται με τους περί Γραφείων Τουρισμού και Ταξιδιών και Ξεναγών Νόμους του 1995 μέχρι 2012.
2. Με βάση τις πρόνοιες της πιο πάνω Νομοθεσίας, ο ενδιαφερόμενος να ιδρύσει Τουριστικό Γραφείο υποβάλλει στον Οργανισμό δεόντως συμπληρωμένο τον ειδικό τύπο αίτησης για μελέτη και αξιολόγηση.
3. Η υπόδειξη εκ των προτέρων Υπεύθυνου Διευθυντή και Ονόματος για το προτεινόμενο Γραφείο, που να ικανοποιούν τις πρόνοιες της Νομοθεσίας, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη χορήγηση της σχετικής άδειας.
4. Ο Υπεύθυνος Διευθυντής Γραφείου απαιτείται, μεταξύ άλλων:
 - (i) είτε να είναι απόφοιτος αναγνωρισμένης ανώτερης σχολής τουριστικών επαγγελμαμάτων ή κάτοχος διπλώματος πανεπιστημίου σε θέματα τουρισμού και να έχει έναν τουλάχιστο χρόνο πείρα σε Γραφείο·
 - (ii) είτε να είναι κάτοχος διπλώματος πανεπιστημίου και να έχει τρία τουλάχιστο χρόνια πείρα σε Γραφείο·
 - (iii) είτε να είναι κάτοχος απολυτηρίου εξατάξιας σχολής μέσης εκπαίδευσης και να έχει επταετή τουλάχιστον υπηρεσία σε γραφείο τουρισμού ή αεροπορική ή ναυτιλιακή εταιρεία σε τμήματα που ασχολούνται κύρια και άμεσα με τουριστικές και ταξιδιωτικές δραστηριότητες.
 - (iv) να γνωρίζει καλά, μία τουλάχιστο γλώσσα από τις τουριστικά επικρατέστερες: Νοείται ότι σε περίπτωση που ο διευθυντής Γραφείου προέρχεται από κράτος μέλος ή τρίτη χώρα μέσα σε έξι μήνες από την ημερομηνία χορήγησης της άδειας λειτουργίας του Γραφείου πρέπει αποδεδειγμένα να αποκτήσει επαρκή γνώση τουλάχιστον μιας εκ των επισήμων γλωσσών της Δημοκρατίας.

5. Σ' ότι αφορά την έγκριση Ονομάτων Γραφείων θα πρέπει να τηρούνται οι πρόνοιες της σχετικής Νομοθεσίας.

Επιπλέον, είναι επιθυμητό όπως:

- (i) τα ονόματα συνάδουν με τα κυπριακά δεδομένα, την ιστορία, τον πολιτισμό και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Κύπρου,
 - (ii) τα ελληνικά ονόματα δεν θα μεταφράζονται αλλά να αναγράφονται με λατινικούς χαρακτήρες,
 - (iii) τα ονόματα να είναι ει δυνατό μονολεκτικά, να έχουν νόημα και οπωσδήποτε να μην περιέχουν απλώς γράμματα ή συνδυασμούς γραμμάτων με λέξεις,
 - (iv) ονόματα πόλεων ή χωριών ή άλλα τοπωνύμια να μην αποτελούν μέρος του ονόματος,
6. Ο Οργανισμός μελετά και εγκρίνει το όνομα Γραφείου ανεξάρτητα του αν εγκρίθηκε ή όχι από το Γραφείο του Εφόρου Εταιρειών. Ο Οργανισμός δε δεσμεύεται να αποδεχθεί οποιοδήποτε όνομα που έχει εγγραφεί στον Έφορο Εταιρειών είτε υπό μορφή ονόματος νομικού προσώπου είτε υπό μορφή εμπορικού ονόματος. Οι ενδιαφερόμενοι συμβουλευονται όπως, προτού απευθυνθούν στον Έφορο Εταιρειών, επικοινωνούν με τον Οργανισμό για τη σχετική ενημέρωση.
7. Κάθε Γραφείο απαιτείται:
- (i) να διαθέτει κατάλληλα επιπλωμένο και ανεξάρτητο κατάστημα εμβαδού τουλάχιστον 20 τμ με δικό του κοινόχρηστο αποχωρητήριο και νιπτήρα,
 - (ii) να είναι στελεχωμένο με τουλάχιστο δύο πρόσωπα, συμπεριλαμβανομένου του διευθυντή.
8. Με την έγκριση της αίτησης απαιτείται:
- (i) η κατάθεση εγγύησης ύψους Ευρώ 30.000,00 είτε σε μετρητά είτε με εγγυητική επιστολή τράπεζας ή συνεργατικού πιστωτικού ιδρύματος, ή ασφαλιστικής εταιρείας εγκεκριμένης από τον Έφορο Ασφαλειών για τον σκοπό αυτό.
 - (ii) η καταβολή των τελών άδειας λειτουργίας ύψους Ευρώ 400,00 για την πρώτη διετία ισχύος της άδειας ή μέρος αυτής.

9. Κάθε αλλοδαπό Γραφείο δεν μπορεί να αναπτύσσει στην Κύπρο σε οργανωμένη ή μόνιμη βάση τουριστικές δραστηριότητες εκτός αν αντιπροσωπεύεται από αδειούχο ημεδαπό Γραφείο, μέσω του οποίου πάντοτε θα ενεργεί. Το αλλοδαπό Γραφείο και το ημεδαπό Γραφείο που το αντιπροσωπεύει έχουν υποχρέωση να δηλώνουν από κοινού στον Οργανισμό τόσο την ημερομηνία έναρξης όσο και την ημερομηνία λήξης της συνεργασίας τους καθώς και να παρέχουν στον Οργανισμό οποιαδήποτε στοιχεία ζητούνται από αυτά σχετικά με την άφιξη, τη διακίνηση και τον τόπο διαμονής των περιηγητών.
10. Γραφείο εγκατεστημένο σε κράτος μέλος εκτός της Δημοκρατίας, που επιθυμεί να ασκεί **μόνιμα** τις δραστηριότητες τουριστικού γραφείου στην Δημοκρατία θα πρέπει να εξασφαλίσει εκ των προτέρων την σχετική άδεια λειτουργίας καθώς και να ενημερώσει τον Οργανισμό σχετικά με την ημερομηνία έναρξης της λειτουργίας τούτου και να παρέχει οποιαδήποτε στοιχεία ζητούνται σχετικά με την άφιξη, τη διακίνηση και τον τόπο διαμονής των περιηγητών.
11. Η λειτουργία ή η διαφήμιση Γραφείου όπως επίσης η χρησιμοποίηση του όρου Τουριστικό Γραφείο ή παρόμοιου όρου χωρίς την εξασφάλιση από πριν της κατά Νόμο άδειας λειτουργίας απαγορεύεται.

(Έντυπο Κ.Ο.Τ. Γενικές Πληροφορίες Για Ενδιαφερόμενους Να Ιδρύσουν Γραφείο Τουρισμού Και Ταξιδιών)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΤΑΧ. ΚΙΒ. 24535 – ΤΗΛ. 22691100, ΦΑΞ 22338541
1390 ΛΕΥΚΩΣΙΑ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΝ
(Άρθρο 5, Ν.41(Ι)/95 και Ν. 98(Ι)/98)

1. Όνομα Γραφείου
2. Πλήρες Όνομα Διευθυντή
3. Υπηκοότητα (σε περίπτωση μη υπηκόου Ευρωπαϊκής Ένωσης).....
 Αρ. Δελτίου Ταυτ. ή Διαβατηρίου.....
4. Παρούσα διεύθυνση κατοικίας
5. Ημερ. ανάληψης καθηκόντων στο πιο πάνω Γραφείο
6. Ακαδημαϊκά προσόντα (θα πρέπει να υποβληθούν πιστοποιημένα αντίγραφα των σχετικών διπλωμάτων ή πτυχίων κλπ)
 (α) Σχολή Μέσης Παιδείας..... Ημερ.....
 (β) Ανώτερη εκπαίδευση..... Ημερομηνίες.....

7. Γνώσεις ξένων γλωσσών.....
8. Προγενέστερη υπηρεσία σε Γραφείο Τουρισμού και Ταξιδιών, θέση κλπ. (θα πρέπει να υποβληθεί πιστοποιητικό απασχόλησης από το Τμήμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων του Υπουργείου Εργασίας, πιστοποιητικά εργοδότη κλπ. αποδεικτικά στοιχεία).

9. Αν ο διευθυντής έχει καταδικαστεί για ποινικό αδίκημα, να παρασχεθούν σχετικές λεπτομέρειες σύμφωνα με το άρθρο 5(3)(δ) του Νόμου.

(να υποβληθεί το πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό Ποινικού Μητρώου του προτεινόμενου διευθυντή).
10. Αν ο διευθυντής τελεί με διάταγμα αρμόδιου δικαστηρίου υπό απαγόρευση της ελεύθερης διαχείρισης της περιουσίας του, να παρασχεθούν σχετικές λεπτομέρειες.....
11. Όλα τα απαιτούμενα έγγραφα θα πρέπει να υποβληθούν στην Ελληνική ή Αγγλική γλώσσα.

Υπογραφή Διευθυντή..... Υπογραφή Επιχειρηματία
 (Σε περίπτωση εταιρείας η υπογραφή να συνοδεύεται από τη σφραγίδα της εταιρείας)

Ημερομηνία:.....

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΑΙΤΗΤΗ - ΑΙΤΗΤΡΙΑΣ

Δηλώνω ότι αποδέχομαι την επεξεργασία των προσωπικών μου δεδομένων από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού σύμφωνα με τις ισχύουσες πρόνοιες του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου του 2001. Κατανώ ότι τα προσωπικά μου δεδομένα, τα οποία έχουν δηλωθεί στο παρόν έντυπο, θα τύχουν εμπιστευτικής και απόρρητης επεξεργασίας σε ηλεκτρονική ή άλλη μορφή από δεόντως εξουσιοδοτημένα άτομα του ΚΟΤ, για σκοπούς έγκρισης Διευθυντή Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών.

Ημερομηνία..... Υπογραφή αιτητή/τριας.....

F-TRA-01/2-5

(Έντυπο Κ.Ο.Τ. Στοιχεία Διευθυντή Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ

ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΤΑΧ. ΚΙΒ. 24535 – ΤΗΛ. 22691100, ΦΑΞ. 22338541
1390 ΛΕΥΚΩΣΙΑ

ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΙΔΡΥΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

1. Όνομα Γραφείου
 2. Διεύθυνση
 3. Ταχ. Κιβ..... Ταχ. Κώδ.....
 Αρ. Τηλ..... Αρ. Τέλεφαξ.....
 E-mail:..... Web-site:.....
 4. Όνομα Επιχειρηματία.....
 (Το όνομα του προσώπου φυσικού ή νομικού που αιτείται τη χορήγηση άδειας λειτουργίας Γραφείου)
- 4.1. Σε περίπτωση που ο επιχειρηματίας είναι φυσικό πρόσωπο:
 Υπηκοότητα (σε περίπτωση μη υπηκόου Ευρωπαϊκής Ένωσης) Αρ.
 Δελτίου Ταυτ. ή Διαβατηρίου
- Παρούσα διεύθυνση κατοικίας
-
- Αν έχετε καταδικαστεί για ποινικό αδίκημα να παρασχεθούν σχετικές λεπτομέρειες
 Να υποβληθεί το πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό Ποινικού Μητρώου σύμφωνα
 με τις πρόνοιες του άρθρου 5(3)(δ) του Νόμου.
- Αν τελείτε με διάταγμα αρμοδίου δικαστηρίου υπό απαγόρευση της ελεύθερης διαχείρισης
 της περιουσίας σας, να παρασχεθούν σχετικές λεπτομέρειες:
- 4.2. Σε περίπτωση που ο επιχειρηματίας είναι νομικό πρόσωπο (εταιρεία)
- (α) Να αποσταλούν τα αντίγραφα των πιο κάτω, πιστοποιημένα με πρόσφατη
 ημερομηνία από τον Έφορο Εταιρειών:
- (i) Ιδρυτικό και Καταστατικό Έγγραφο της εταιρείας
 - (ii) Ονόματα Μετόχων
 - (iii) Πιστοποιητικό Διοικητικών Συμβούλων και Διεύθυνση της εταιρείας
 - (iv) Πιστοποιητικό Εγγραφής
- Διευκρινίζεται ότι η ημερομηνία πιστοποίησης των πιο πάνω αναφερομένων από
 τον Έφορο Εταιρειών , δεν πρέπει να υπερβαίνει τις 60 ημέρες από την
 ημερομηνία υποβολής τους στον Οργανισμό.
- (β) Στοιχεία όλων των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου
- | Όνοματεπώνυμο
μέλους | Αρ. ταυτότητας ή
διαβατηρίου | Διεύθυνση
μόνιμης κατοικίας |
|-------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

Όνοματεπώνυμο μέλους	Αρ. ταυτότητας ή διαβατηρίου	Διεύθυνση μόνιμης κατοικίας
.....
.....
.....

Όνοματεπώνυμο μέλους	Αρ. ταυτότητας ή διαβατηρίου	Διεύθυνση μόνιμης κατοικίας
.....
.....
.....

Όνοματεπώνυμο μέλους	Αρ. ταυτότητας ή διαβατηρίου	Διεύθυνση μόνιμης κατοικίας
.....
.....
.....

(γ) Να υποβληθεί το πρωτότυπο και πρόσφατο Πιστοποιητικό Ποινικού Μητρώου των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 5(3)(δ) του Νόμου.

4.3 Όλα τα απαιτούμενα έγγραφα θα πρέπει να υποβληθούν στην Ελληνική ή Αγγλική.

5. Όνομα Προτεινόμενου Διευθυντή

6. Αρ. Προσωπικού συμπεριλαμβανομένου του διευθυντή

7. Αναφέρατε τα ονόματα των Αεροπορικών Εταιρειών και των Τουριστικών Γραφείων εξωτερικού που τυχόν θα αντιπροσωπεύει το Γραφείο σας στην Κύπρο.

.....
.....
.....
.....

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΑΙΤΗΤΗ - ΑΙΤΗΤΡΙΑΣ

Δηλώνω ότι αποδέχομαι την επεξεργασία των προσωπικών μου δεδομένων από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού σύμφωνα με τις ισχύουσες πρόνοιες του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου του 2001. Κατανοώ ότι τα προσωπικά μου δεδομένα, τα οποία έχουν δηλωθεί στο παρόν έντυπο, θα τύχουν εμπιστευτικής και απόρρητης επεξεργασίας σε ηλεκτρονική ή άλλη μορφή από δεόντως εξουσιοδοτημένα άτομα του ΚΟΤ, για σκοπούς έγκρισης ίδρυσης Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών.

.....
Υπογραφή Επιχειρηματία
(Σε περίπτωση εταιρείας η υπογραφή να
συνοδεύεται από τη σφραγίδα της εταιρείας)

.....
Ημερομηνία

(Έντυπο Κ.Ο.Τ. Αίτηση Για Ίδρυση Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τ.Θ. 24535 - ΤΗΛ. 22691100 ΦΑΞ: 22338541
1390 ΛΕΥΚΩΣΙΑ

ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΙΔΡΥΣΗ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

1. Όνομα Υποκαταστήματος Γραφείου
2. Διεύθυνση:.....
3. Τ.Θ. Τ.Κ.....
 Αρ. Τηλ.....Αρ. Τέλεφαξ
- E-mail Web-site:.....
4. Όνομα Επιχειρηματία
5. Όνομα Διευθυντή
- (Κεντρικού Γραφείου)
6. Αρ. προσωπικού μη συμπεριλαμβανομένου του διευθυντή.....

Ημερομηνία:

Υπογραφή αιτητή
 (Σε περίπτωση Εταιρείας
 η υπογραφή να συνοδεύεται
 από τη σφραγίδα της Εταιρείας)

Υπεύθυνη Δήλωση Αιτητή/Αιτήτριας

Δηλώνω ότι αποδέχομαι την επεξεργασία των προσωπικών μου δεδομένων από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού σύμφωνα με τις ισχύουσες πρόνοιες του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου του 2001. Κατανοώ ότι τα προσωπικά μου δεδομένα, τα οποία έχουν δηλωθεί στο παρόν έντυπο, θα τύχουν εμπιστευτικής και απόρρητης επεξεργασίας σε ηλεκτρονική ή άλλη μορφή από δεόντως εξουσιοδοτημένα άτομα του ΚΟΤ, για σκοπούς ίδρυσης υποκαταστήματος Γραφείου Τουρισμού και Ταξιδιών.

Ημερομηνία

.....

Υπογραφή Αιτητή/τριας

(Σε περίπτωση εταιρείας η υπογραφή
 να συνοδεύεται από τη σφραγίδα της
 εταιρείας).

(Έντυπο Κ.Ο.Τ. Αίτηση Για Ίδρυση Υποκαταστήματος Γραφείου Τουρισμού Και Ταξιδιών)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Μετά την απόφαση για ίδρυση ενός τουριστικού γραφείου, την κατάθεση των απαραίτητων εγγράφων και δικαιολογητικών και την εξασφάλιση των απαραίτητων πηγών χρηματοδότησης, ένα επιπλέον σημαντικό θέμα είναι η σωστή και κατάλληλη επιλογή της τοποθεσίας ίδρυσης του γραφείου, που θα παίξει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στο μέλλον του γραφείου. Αυτή θα κρίνει την επιβίωση και ανάπτυξη της επιχείρησης, σε τέτοιο βαθμό ώστε να επιτύχει την προσέλκυση πελατών και να της επιφέρει ικανοποιητικά κέρδη.

Οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί πράκτορες συνήθως διεξαγάγουν εκτεταμένες έρευνες ή ακόμα πληρώνουν και εξειδικευμένες εταιρείες με αντικείμενο αυτές τις έρευνες προτού καταλήξουν στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης. Οι μικροί πράκτορες οι οποίοι δεν διαθέτουν τέτοια μέσα και τέτοια οικονομική άνεση, διεξαγάγουν μια πιο μικρή έρευνα. Κανένας όμως δεν καταλήγει στην τυφλή επιλογή. Και οι δύο, διαθέτοντας χρόνο, κοινή λογική και κριτική σκέψη μπορούν να συγκεντρώσουν σημαντικές πληροφορίες για την περιοχή που τους ενδιαφέρει να κάνουν την εγκατάσταση της επιχείρησής τους.

Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης ενός ταξιδιωτικού πρακτορείου εξερχόμενου τουρισμού θα πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή και αφού πρώτα εξεταστούν όλα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που η συγκεκριμένη περιοχή προσφέρει. Μερικά ζητήματα που είναι σημαντικό να ερευνηθούν είναι τα παρακάτω:

- Ο πληθυσμός της περιοχής να είναι ικανός να καλύψει την αγορά που απαιτείται για την ευημερία του γραφείου.
- Η οικονομική κατάσταση των κατοίκων της περιοχής. Δηλαδή ένα υψηλό ποσοστό του αριθμού των κατοίκων να έχει την δυνατότητα να ξοδεύει χρήματα σε ταξίδια.
- Η περιοχή εγκατάστασης του γραφείου να είναι αναπτυσσόμενη. Εάν η περιοχή αρχίζει να παρακμάζει, θα πρέπει να ερευνηθεί ποιο θα είναι το μέλλον της και συνεπώς το μέλλον ενός ταξιδιωτικού γραφείου εκεί.
- Η τυχόν ύπαρξη άλλων τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού στην περιοχή. Αυτό πρέπει να προσεχτεί για δύο λόγους. Πρώτον, γιατί

αυτό σημαίνει ανταγωνισμό και επομένως μεγάλη προσπάθεια ώστε να κερδηθούν οι πελάτες του ανταγωνιστή εάν αυτός δουλεύει σωστά και έχει μεγάλη πελατεία. Δεύτερον, εάν ο ανταγωνιστής παρουσιάζει αδυναμία ικανοποίησης της ζήτησης της περιοχής τότε ίσως ο τόπος αυτός να παρουσιάζει και ευκαιρία για γρήγορη ανάπτυξη. Θα πρέπει λοιπόν να γίνει προσεκτική παρατήρηση του όγκου των εργασιών τους και αν αυτές είναι κερδοφόρες ή όχι.

- Η τυχόν ύπαρξη στην περιοχή μεγάλων εταιρειών οι οποίες μπορούν να δημιουργήσουν ευκαιρίες για εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως, τουρισμό κινήτρων και συνεδριακό τουρισμό στο εξωτερικό, γεγονός που σημαίνει επαναλαμβανόμενη και σταθερή πελατεία.
- Η τυχόν ύπαρξη στην περιοχή συλλόγων, συνεταιρισμών, σχολείων, οργανώσεων που μπορούν να επιφέρουν την ανάγκη για ομαδικά ταξίδια.
- Η ύπαρξη συγκοινωνιακού δικτύου στην περιοχή ώστε η πρόσβαση στην περιοχή τόσο για τον εργαζόμενο όσο και για τους πελάτες να είναι εύκολη.
- Η ύπαρξη κατάλληλου και άνετου χώρου στάθμευσης για τους πελάτες πράγμα ιδιαίτερα δύσκολο σήμερα κυρίως στο κέντρο των μεγάλων πόλεων της Κύπρου.
- Οι τοπικοί φορείς αυτοδιοίκησης να είναι ικανοί να συμβάλλουν στην αναβάθμιση της περιοχής και την υποστήριξη των επιχειρήσεων. Εάν η περιοχή δεν έχει όραμα για αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό, ταυτόχρονα σημαίνει ότι και η επιχείρηση δεν μπορεί να έχει όραμα ανάπτυξης σε βάθος χρόνου.
- Το σημείο της πόλης ή της κοινότητας που θα βρίσκεται το γραφείο πρέπει να είναι εμφανές και ελκυστικό. Η εξωτερική διακόσμηση του γραφείου από μόνη της δεν έχει αποτέλεσμα.
- Το γραφείο πρέπει να βρίσκεται σε σημείο όπου υπάρχουν και άλλες υπηρεσίες σχετικές με την διεκπεραίωση μιας συναλλαγής αγοράς ταξιδιωτικού προϊόντος όπως τραπεζικά ιδρύματα, Κέντρα Εξυπηρέτησης του Πολίτη (ΚΕΠ) για πιθανή ανάγκη ανανέωσης ή έκδοσης ταξιδιωτικών εγγράφων κλπ.
- Εάν το γραφείο απευθύνεται σε μεμονωμένους – περαστικούς πελάτες (Individual Clients), τότε θα επιλέξει να στεγαστεί σε μια κεντρική περιοχή με εύκολη πρόσβαση και στο ισόγειο ενός κτιρίου όπου θα είναι εύκολα εμφανές από τους περαστικούς.
- Εάν το γραφείο στοχεύει στον επαγγελματικό τουρισμό (Business Travels), δηλαδή σε πελάτες που ενδιαφέρονται για ταξίδια κινήτρων (incentives), συνέδρια και εκθέσεις τότε θα εγκατασταθεί σε ένα σημείο που παρουσιάζει έντονο επιχειρηματικό ενδιαφέρον.

- Εάν η περιοχή και το κτίριο που θα εγκαταστήσει το γραφείο του παρέχει την δυνατότητα επέκτασης εάν και εφόσον αυτό καταστεί αναγκαίο.

4.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το επόμενο βήμα μετά την επιλογή της τοποθεσίας και του κτιρίου εγκατάστασης, αποτελεί ο σχεδιασμός των χώρων του γραφείου ο οποίος κάθε άλλο παρά τυχαίος είναι και εξαρτάται πάντοτε από το μέγεθος του και τις εργασίες και υπηρεσίες που ο ιδιοκτήτης θέλει να εκτελεί και προσφέρει αντίστοιχα. Η απόφαση για την τελική διαμόρφωση του χώρου στηρίζεται σε σημαντικούς παράγοντες οι οποίοι θα καθορίσουν και τις μελλοντικές δυνατότητες του γραφείου.

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες μπορούν να θεωρηθούν το μέγεθος και το σχήμα του διαθέσιμου χώρου. Το ιδανικό μέγεθος για ένα νέο τουριστικό γραφείο είναι μεταξύ 50 και 70τ.μ. Ο ΚΟΤ ορίζει ότι κάθε τουριστικό γραφείο θα πρέπει να είναι ανεξάρτητο κατάστημα, κατάλληλα επιπλωμένο με ελάχιστο μέγεθος τα 20τ.μ. με δικό του κοινόχρηστο αποχωρητήριο και νιπτήρα. Έτσι λοιπόν ο μέλλοντας τουριστικός πράκτορας πρέπει να υπολογίσει τον χώρο που διαθέτει και τις ανάγκες που θέλει να καλύψει προκειμένου να κάνει έναν σωστό καταμερισμό του χώρου του.

Άλλος σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι ο αριθμός του προσωπικού που θα απασχολείται στο γραφείο. Ο ΚΟΤ θέτει ως ελάχιστο αριθμό τα δύο άτομα συμπεριλαμβανομένου του διευθυντή. Πρέπει να υπάρχει αρκετός διαθέσιμος χώρος εργασίας για το προσωπικό και να μην είναι στριμωγμένοι ο ένας πάνω στον άλλο. Ο καθένας πρέπει να έχει το δικό του χώρο στον οποίο θα νιώθει άνετα και δεν θα ενοχλείται από κανέναν άλλο, είτε υπάλληλο είτε πελάτη. Ας μην ξεχνάμε ότι πολλές φορές εξυπηρετούνται ταυτόχρονα περισσότεροι από ένας πελάτες ή ακόμα και προμηθευτές. Έτσι δεν θα επηρεάζεται η εργασία του από τρίτους, θα αποφεύγονται πιθανά λάθη και θα είναι πιο αποδοτικός.

Μέγιστης σημασίας θεωρείται και η επιλογή του χώρου που θα δοθεί στον διευθυντή ή στους διευθυντές που θα πρέπει να διαφέρουν από αυτούς που θα δοθούν στο υπόλοιπο προσωπικό. Ο γενικότερος σχεδιασμός τους θα πρέπει να κάνει φανερό στον επισκέπτη ότι πρόκειται για γραφείο ανώτερου στελέχους. Δεν πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι οι διευθυντές συχνά δέχονται στο γραφείο τους επισκέψεις από τους προμηθευτές και τους συνεργάτες τους γι' αυτό ο χώρος που θα τους φιλοξενήσει πρέπει να είναι οικείος προς αυτούς για μια αποδοτικότερη συνεργασία.

Ακόμα ένας παράγοντας που πρέπει να μελετηθεί είναι το μέγεθος των εργασιών του γραφείου καθώς και μια πιθανή μελλοντική επέκταση των εργασιών που σημαίνει είτε παράλληλη επέκταση των χώρων και των θέσεων εργασίας είτε αναδιάταξη των χώρων. Υπάρχει η πιθανότητα η αύξηση των εργασιών να δημιουργήσει την ανάγκη για την χρησιμοποίηση περισσότερων χώρων εργασίας. Είναι σημαντικό ο σχεδιαστής του χώρου να το προβλέψει αυτό και να ενεργήσει ανάλογα ώστε να αποφευχθούν πιθανά μελλοντικά προβλήματα. Ο τουριστικός πράκτορας θα πρέπει να έχει πάντα στο μυαλό του ότι ο οποιοσδήποτε σχεδιασμός ενός τουριστικού γραφείου οφείλει να είναι λειτουργικός.

Τα περισσότερα τουριστικά γραφεία αποτελούνται από τους εξής χώρους:

1. **Είσοδος και Χώρος Αναμονής.**
2. **Χώρος Εργασίας**
3. **Αποθηκευτικός χώρος**
4. **Meeting Room**
5. **Χώρος για φαγητό**
6. **WC**

1. Είσοδος και Χώρος Αναμονής:

Κατά την επίσκεψη του πελάτη σε ένα τουριστικό γραφείο, το πρώτο πράγμα που βλέπει είναι τον χώρο αναμονής. Είναι σημαντικό η είσοδος να οδηγεί κατευθείαν στον χώρο αναμονής και μάλιστα ο χώρος αναμονής να βρίσκεται όσο το δυνατόν πιο κοντά στους υπαλλήλους εξυπηρέτησης ώστε ο πελάτης να νιώσει όσο το δυνατόν πιο οικείο τον χώρο αλλά επίσης σε περίπτωση που δεν μπορεί να εξυπηρετηθεί άμεσα, να νιώθει ότι ήδη έχει στην διάθεση του το προσωπικό. Να μην υπάρχουν διαχωριστικά ή κλειστές πόρτες μεταξύ πελάτη – προσωπικού.

Η καθαριότητα του χώρου βέβαια παίζει τεράστιο ρόλο, ο χώρος αναμονής θα πρέπει να είναι εξοπλισμένος με κάποια άνετα έπιπλα (καναπέδες, πολυθρόνες κλπ), να παρέχει κάποιο μηχάνημα για καφέ ή νερό κάποιες καραμέλες ή μπισκοτάκια ώστε να μπορεί να σερβιριστεί ο πελάτης. Επίσης, είναι απαραίτητο να υπάρχει κάποιο σταντ με περιοδικά, ενημερωτικά φυλλάδια, προσφορές, ταξιδιωτικούς οδηγούς, εφημερίδες τα οποία όχι μόνο θα βοηθήσουν τον πελάτη να αυτοεξυπηρετείται πριν έρθει σε άμεση επαφή με τον υπάλληλο για το τι περίπου προσφέρει το γραφείο, αλλά επίσης θα κάνουν τον χρόνο του να περνά ευχάριστα.

2. Χώρος Εργασίας:

Ο χώρος εργασίας είναι το μεγαλύτερο και σημαντικότερο κομμάτι σε ένα τουριστικό πρακτορείο. Πρέπει να είναι ευχάριστος και λειτουργικός τόσο

για τους εργαζόμενους όσο και για τους πελάτες. Τα γραφεία θα πρέπει να βρίσκονται σε απόσταση μεταξύ τους για να μην νιώθουν οι υπάλληλοι στριμωγμένοι και να μπορούν να αποδίδουν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους. Μερικές φορές υπάρχουν διαχωριστικά ανάμεσα στα γραφεία για να απομονώνεται ο πολύς θόρυβος και να μην αποσπάται ο υπάλληλος. Γενικά, ο χώρος εργασίας πρέπει να δίνει στον υπάλληλο την άνεση που χρειάζεται για να εργαστεί ευχάριστα και αποδοτικά. Τα γραφεία τοποθετούνται ανάλογα με την διάταξη του χώρου. Τα γραφεία μπορούν να είναι τοποθετημένα είτε με το ένα άκρο δίπλα στον τοίχο, είτε παράλληλα προς τον τοίχο, είτε τέσσερα γραφεία μαζί όπου ο ένας υπάλληλος αντικρίζει τον άλλον.

3. Αποθηκευτικός Χώρος:

Αν και ένας αποθηκευτικός χώρος δεν μας έρχεται στο μυαλό ότι μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντικός για ένα τουριστικό γραφείο, εντούτοις είναι αναγκαίο να υπάρχει και μάλιστα κάποια μεγάλα τουριστικά γραφεία έχουν περισσότερους από έναν. Σ' αυτόν φυλάγονται οι διάφοροι κατάλογοι και διαφημιστικά, ενημερωτικά φυλλάδια, γραφική ύλη και άλλες προμήθειες ώστε να μην καταλαμβάνουν άλλο πολύτιμο χώρο στο τουριστικό γραφείο αλλά ούτε και να φαίνονται στοιβαγμένα σε κάποια γωνιά.

4. Meeting Room:

Το Meeting Room είναι η γνωστή αίθουσα συσκέψεων. Είναι ένας χώρος στον οποίο γίνονται οι συνελεύσεις, συσκέψεις και συζητήσεις της εταιρείας. Είναι ένας ιδιωτικός χώρος όπου ο διευθυντής θα συναντά τόσο τους πελάτες ή τους προμηθευτές όσο και το προσωπικό όταν αυτός το επιθυμεί. Συνήθως αποτελείται από ένα μεγάλο τραπέζι και καρέκλες, κάποιο πίνακα και projector ή τηλεόραση.

5. Χώρος για φαγητό:

Συνήθως, κατά το σχεδιασμό των χώρων ενός γραφείου, διατίθεται ένας χώρος ο οποίος θα χρησιμοποιείται ως κουζίνα. Εκεί, οι υπάλληλοι θα μπορούν να κάνουν διάλλειμα και να παίρνουν το μεσημεριανό τους.

4.3 ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ ΕΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, ο σχεδιασμός του χώρου ενός τουριστικού γραφείου πρέπει να τον καθιστά λειτουργικό και άνετο. Η λειτουργικότητα ενός χώρου όμως, από μόνη της δεν μπορεί να κερδίσει έναν πελάτη. Αυτό που θα τραβήξει την προσοχή του πελάτη και θα τον ωθήσει να μάθει περισσότερα για το γραφείο και τα προσφερόμενα προϊόντα αλλά και για την τελική απόφαση του, είναι η διακόσμηση του εσωτερικού του χώρου. Η

ψυχολογία παίζει σημαντικό ρόλο γενικά στις αποφάσεις της ζωής του ανθρώπου πόσο μάλλον για την απόφαση του για επιλογή ενός τουριστικού προϊόντος. Ένα καλά διακοσμημένο γραφείο δημιουργεί θετική εντύπωση στους πελάτες του, εξασφαλίζει στο προσωπικό του ένα ευχάριστο περιβάλλον εργασίας και γίνεται ανταγωνιστικό στην τουριστική αγορά.

Η διακόσμηση του χώρου θα πρέπει να είναι ευχάριστη, ιδιαίτερη, σε αυστηρά επαγγελματικό ύφος και προσαρμοσμένη στις σύγχρονες τάσεις εξυπηρετώντας ταυτόχρονα την λειτουργικότητα του. Τα έπιπλα του θα πρέπει να είναι μοντέρνα και με χρώμα, όχι μουντά και παλιά και τοποθετημένα πάντοτε με τρόπο που να μην εμποδίζουν την διέλευση των υπαλλήλων και των πελατών. Η άνεση και ταυτόχρονα η αισθητική του χώρου θα πρέπει να προσεχθούν.

Οι τοίχοι, τα πατώματα πρέπει να είναι καθαρά, μπογιατισμένα και καλά συντηρημένα. Τα χρώματα επίσης των τοίχων δεν πρέπει να είναι μουντά αλλά πιο ευχάριστα, όχι όμως υπερβολικά ώστε να βγάζουν την εικόνα ενός μοντέρνου αλλά συνάμα και καθόλα σοβαρού τουριστικού γραφείου. Επίσης οι τοίχοι δεν πρέπει να είναι διακοσμημένοι με παλιομοδίτικους χάρτες αλλά με μοντέρνους πίνακες ζωγραφικής σε συνδυασμό με μεγάλες φωτογραφίες με εξωτικά μέρη και προορισμούς που προσφέρει το τουριστικό γραφείο, ώστε η φαντασία του πιθανού πελάτη να ταξιδεύει και να τον ελκύει.

Τα διαφημιστικά, οι κατάλογοι και τα ενημερωτικά έντυπα για τις υπηρεσίες και τις προσφορές του τουριστικού γραφείου δεν πρέπει να είναι πεταμένα πέρα δώθε. Αντίθετα, πρέπει να βρίσκονται πάνω σε βιβλιοθήκες σε κατηγορίες ή πάνω σε ωραία σταντ ώστε τόσο ο επισκέπτης-πελάτης όσο και ο υπάλληλος να έχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σ' αυτά ανά πάσα στιγμή.

Άλλος σημαντικός παράγοντας είναι ο ήχος, είτε από το εξωτερικό είτε από το εσωτερικό περιβάλλον. Οι εσωτερικοί θόρυβοι δημιουργούνται από το χτύπημα των τηλεφώνων και από τις συζητήσεις των πελατών ή των υπαλλήλων. Οι εξωτερικοί θόρυβοι προέρχονται από την κίνηση που επικρατεί έξω στον δρόμο. Εάν μάλιστα το γραφείο βρίσκεται σε κεντρικό δρόμο ή περιοχή, τότε το πρόβλημα των εξωτερικών θορύβων είναι ακόμα εντονότερο. Στην απορρόφηση των ενοχλητικών θορύβων βοηθούν ορισμένες απλές λύσεις όπως μοκέτες στο πάτωμα, επένδυση των τοίχων, διπλά τζάμια και άλλα.

Το φως είναι επίσης ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη στη διακόσμηση ενός τουριστικού γραφείου. Το φως είναι απαραίτητο σε όλους τους εσωτερικούς χώρους ιδίως στους επαγγελματικούς χώρους. Οι εργαζόμενοι σε ένα τουριστικό γραφείο σπαταλούν πολλές ώρες

διαβάζοντας ταξιδιωτικούς οδηγούς και γράφοντας σημειώσεις. Το φως επομένως είναι αναγκαίο για να είναι πιο αποδοτικοί. Εάν ο βασικός φωτισμός και το φως που προέρχεται από τα παράθυρα δεν επαρκεί, θα πρέπει να τοποθετηθεί επιπλέον φωτισμός.

Τέλος, τα χρώματα που θα πρέπει να κυριαρχούν στον χώρο ενός τουριστικού γραφείου είναι τα απαλά και ανοιχτόχρωμα. Φωτίζουν τον χώρο και είναι πιο οικεία. Τα σκούρα χρώματα αποφεύγονται γιατί μικραίνουν τον χώρο και δημιουργούν μια κακή διάθεση. Συνήθως τα χρώματα που θα επιλεγούν κυριαρχούν και στο λογότυπο, τις πινακίδες, τα επιστολόχαρτα και τις κάρτες, ακόμα και στις στολές του προσωπικού.

4.4 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ

A) Γενικός Εξοπλισμός

Εφόσον ο σχεδιασμός των χώρων του γραφείου ολοκληρωθεί και υλοποιηθεί, είναι απαραίτητος και ο εξοπλισμός του κάθε χώρου ξεχωριστά. Έπιπλα όπως καναπέδες, καρέκλες, τραπέζια, γραφεία, βιβλιοθήκες είναι ο απαραίτητος εξοπλισμός για ένα γραφείο. Πριν την αγορά τους θα πρέπει να μετρηθούν οι διαστάσεις των επίπλων ώστε να χωρούν στον χώρο που θέλουμε να τα τοποθετήσουμε και να διαλέξουμε το υλικό από το οποίο θα αποτελούνται (όπως ξύλο ή μέταλλο). Η τοποθέτησή τους στον χώρο πρέπει να είναι λειτουργική.

B) Τεχνολογικός Εξοπλισμός

Ένα τουριστικό γραφείο όμως χρειάζεται και τεχνολογικό εξοπλισμό για να λειτουργήσει και η επιλογή και αγορά του κατάλληλου είναι εξίσου σημαντική. Υπολογιστές τελευταίας τεχνολογίας οι οποίοι να μπορούν να τρέξουν όλα τα τουριστικά λειτουργικά προγράμματα τα οποία αναβαθμίζονται συνεχώς, εκτυπωτές τελευταίας τεχνολογίας ώστε να επιτυγχάνεται η μέγιστη ταχύτητα και ποιότητα εκτύπωσης με το ελάχιστο δυνατό κόστος, φωτοτυπικά μηχανήματα, scanner, φαξ, τηλεφωνικές συσκευές, μηχανήματα εκτύπωσης εισιτηρίων, αριθμομηχανές, κεντρικός server και internet router είναι τα πιο χρήσιμα μηχανήματα που χρειάζονται.

Απαραίτητη είναι και η δημιουργία ιστοσελίδας για το τουριστικό γραφείο εξερχόμενου τουρισμού, μέσα στην οποία οι ενδιαφερόμενοι πελάτες θα μπορούν να βλέπουν διάφορες προσφορές, ενημερώσεις και πληροφορίες επικοινωνίας με το τουριστικό γραφείο. Επίσης σημαντικές είναι οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις (email) μέσω των οποίων οι διάφοροι συνεργάτες (αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρείες, εταιρείες μεταφοράς κλπ) καθώς και οι πελάτες θα έρχονται σε επικοινωνία με το προσωπικό του γραφείου.

Η προσοχή στα πιο πάνω δίνει στο τουριστικό γραφείο τα απαραίτητα εφόδια ώστε να αντεπεξέλθει στο δύσκολο και ανταγωνιστικό χώρο των υπηρεσιών τουρισμού κερδίζοντας την εμπιστοσύνη και την προτίμηση του μελλοντικού ταξιδιώτη-πελάτη.

4.5 ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Σε μια εποχή όπου η τεχνολογία τρέχει με γοργούς ρυθμούς με σκοπό πάντοτε τη διευκόλυνση της καθημερινής αλλά και επαγγελματικής μας ζωής, η αυτοματοποίηση ενός τουριστικού γραφείου δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση. Πηγαίνοντας λίγα χρόνια πίσω, τα τουριστικά γραφεία δούλευαν εξολοκλήρου με μολύβι και χαρτί. Οι πληροφορίες που χρειαζόταν ένας τουριστικός πράκτορας ώστε να εξυπηρετήσει έναν πελάτη βρίσκονταν καταχωρημένες σε τεράστια βιβλία. Για να βρει τις διαθέσιμες πτήσεις, τα διαθέσιμα και κατάλληλα για τις ανάγκες του πελάτη ξενοδοχεία, αξιοθέατα και μεταφορικά μέσα, τιμές, δρομολόγια και λοιπές πληροφορίες, έπρεπε να ψάξει σε πολλά και μεγάλα βιβλία.

Αν ο πελάτης συμφωνούσε και έκλεινε ένα πακέτο διακοπών, τότε ο πράκτορας έπρεπε να συμπληρώσει πρώτα το εισιτήριο και μετά την κάρτα κράτησης του πελάτη με το χέρι. Έπειτα έπρεπε να ενημερώσει τους προμηθευτές του (το ξενοδοχείο, την αεροπορική εταιρεία, το γραφείο ενοικιάσεως κ.α.). Μετά από όλα αυτά έπρεπε να δώσει μια τελική ενημέρωση στον πελάτη και να του αποστείλει το εισιτήριο καθώς και τις αποδείξεις από τις κρατήσεις που είχε κάνει. Όλα αυτά όμως δημιουργούσαν μεγάλη καθυστέρηση αλλά και πολλές πιθανότητες για κάποιο λάθος.

Με την πάροδο του χρόνου, η τουριστική βιομηχανία έγινε πιο περίπλοκη και σύνθετη. Οι απαιτήσεις της αγοράς αυξήθηκαν όσον αφορά την ποσότητα και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η παλαιά μέθοδος εξυπηρέτησης των πελατών δεν μπορούσε πλέον να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς αλλά και να ανταποκριθεί γρήγορα και αποτελεσματικά. Έτσι οι απαιτήσεις για μειωμένο κόστος και γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών, δημιούργησαν την ανάγκη για αυτοματοποίηση των εργασιών με τη βοήθεια της τεχνολογίας. Οι εναλλακτικές μέθοδοι πληρωμής ακόμη με την χρήση μηχανημάτων αποδοχής πιστωτικών καρτών ήταν μια ακόμα καινοτομία στις συναλλαγές των τουριστικών γραφείων.

Στις μέρες μας, η πιο πάνω διαδικασία έχει γίνει παιχνίδι. Ο τουριστικός πράκτορας με την χρήση του υπολογιστή και του διαδικτύου μπορεί σε λίγα λεπτά να ελέγξει όλες τις διαθέσιμες πτήσεις του κόσμου, τις τιμές και προσφορές των αεροπορικών εταιρειών, την επιλογή της θέσης στο αεροπλάνο ακόμα και το γεύμα, τα διαθέσιμα ξενοδοχεία με τιμές και

πληροφορίες για όλες τους τις προσφερόμενες υπηρεσίες, εικόνες από τις εγκαταστάσεις, σχόλια επισκεπτών, μεταφορικά μέσα και χάρτες, αξιοθέατα, σίτιση και άπειρες άλλες πληροφορίες. Και το κυριότερο, αφού επιλέξει ο πελάτης το κατάλληλο γι' αυτόν πακέτο, σε λίγα μόνο λεπτά μπορεί να έχει στα χέρια του τα αεροπορικά εισιτήρια και κλειστό τόπο διαμονής, μέσο διακίνησης ακόμα και εισιτήρια για αξιοθέατα.

Τα πλεονεκτήματα δε από τα πιο πάνω μέσα πάρα πολλά. Προσφορά στον πελάτη ενός πλήρους πακέτου από κάθε άποψη καθώς και εύκολη εναλλαγή ιδεών με σκοπό τη μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη αναλόγως πάντοτε του ποσού που διαθέτει για το ταξίδι του. Μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης του πελάτη και διεκπεραίωσης της συναλλαγής. Εξυπηρέτηση μεγάλου αριθμού πελατών σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ακόμη, με τις σημερινές ανάγκες της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας, η ανάγκη σε προσωπικό των τουριστικών πρακτορείων θα ήταν ίσως δεκαπλάσια απ' ότι είναι σήμερα.

Πρώτα απ' όλα ένα τουριστικό γραφείο χρειάζεται να αγοράσει ή μισθώσει τελευταίας τεχνολογίας Hardware, δηλαδή ηλεκτρονικούς υπολογιστές καθώς και σύγχρονων εκτυπωτών, printers. Αυτό θα εξασφαλίσει στο γραφείο έναν υψηλό βαθμό λειτουργικής πληρότητας και μηχανοργάνωσης και μπορεί να αποτελέσει σημαντικό βοήθημα στην λειτουργία του. Έπειτα χρειάζεται να αγοραστεί και το απαραίτητο λογισμικό (Software). Τα σύγχρονα πακέτα software που διατίθενται σήμερα καλύπτουν όλο τον κύκλο εργασιών των γραφείων εξερχόμενου τουρισμού όπως:

- Διαχείριση Εισιτηρίων (αεροπορικά και ακτοπλοϊκά)
- Διαχείριση Πακέτων
- Διαχείριση Ξενοδοχείων (κρατήσεις και τιμές ξενοδοχείων, rooming lists, vouchers κλπ.)
- Διαχείριση Συνεδρίων
- Έλεγχος κόστους υπηρεσιών (καταχώρηση τιμολογίων προμηθευτών, υπολογισμός τιμών σε περίπτωση αλλαγών στις κρατήσεις)
- Λογιστική
- Τιμολόγηση
- Στατιστικές (ανάλυση του τζίρου, παρακολούθηση της παραγωγικότητας, ανάλυση των κρατήσεων)

Τα πιο γνωστά προγράμματα software που χρησιμοποιούνται σήμερα από τα περισσότερα γραφεία είναι:

- **B&A**: Είναι εξειδικευμένο πακέτο που καλύπτει τη διαχείριση του συνόλου του κύκλου εργασιών των τουριστικών γραφείων.

- **Group Travel:** Αποτελεί ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης των τουριστικών γραφείων (τιμολόγια, εισιτήρια, προμηθευτές, στοιχεία πελατών κλπ.)
- **Travel Force:** Καλύπτει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτικών γραφείων, των αντιπροσώπων πωλήσεων και των αεροπορικών εταιριών

Τα πιο γνωστά software ηλεκτρονικής επικοινωνίας και ενημέρωσης των ταξιδιωτικών γραφείων, αεροπορικών εταιριών, tour operators και άλλων προμηθευτών, Computerized Reservation Systems ή CRS είναι:

- **SABRE**
- **WORLDSPAN**
- **GALILEO**

Τα πιο πολλά τουριστικά γραφεία χρησιμοποιούν 2 CRS.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ – ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

5.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΟΥ ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ

Ο Κύπριος αλλά γενικότερα οι κάτοικοι Κύπρου, είτε πρόκειται για Ελληνοκύπριους είτε πρόκειται για ξένους υπηκόους που κατοικούν μόνιμα στην Κύπρο, έχουν ψηλά στις προτεραιότητες τους τις διακοπές. Οι Κύπριοι χαρακτηρίζονται από τους υψηλούς ρυθμούς που ακολουθούν ολόχρονα στον εργασιακό τους χώρο, έτσι αναμένουν με μεγάλη ανυπομονησία τις διακοπές, κυρίως του καλοκαιριού, για να ξεκουραστούν ψυχολογικά, να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και να γεμίσουν τις μπαταρίες τους. Γι' αυτόν τον λόγο βέβαια η διαδικασία επιλογής του είδους των διακοπών αλλά και του τόπου ταξιδιού του "Κύπριου" ταξιδιώτη δεν είναι καθόλου εύκολη, γίνεται έρευνα και συνήθως αποφασίζεται μερικούς μήνες πριν το ταξίδι και όχι την τελευταία στιγμή.

Η έρευνα αγοράς του τουριστικού προϊόντος ξεκινά από εισηγήσεις γνωστών, φίλων και συγγενών αλλά εξαρτάται κυρίως από τα διαφημιστικά φυλλάδια, ενημερωτικά δελτία και τιμοκαταλόγους των τουριστικών πρακτορείων και εταιρειών. Οι Κύπριοι συνήθως μαζεύουν πολλά φυλλάδια από διάφορα πρακτορεία και η μελέτη τους γίνεται κύριο αντικείμενο συζήτησης με φίλους και συγγενείς όταν πλησιάζουν οι μήνες των διακοπών. Σημαντικό ρόλο στην διαδικασία απόφασης του Κύπριου ταξιδιώτη τα τελευταία χρόνια παίζει η έκθεση "ΤΑΞΙΔΙ" που διοργανώνει ο Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου όπου ο υποψήφιος πελάτης έχει μπροστά του τα ενημερωτικά φυλλάδια και τους καταλόγους τιμών από όλα τα ταξιδιωτικά γραφεία και τις εταιρείες ώστε να αποφασίσει για το καλύτερο.

Κάποιοι λένε πως σαν λαός οι Κύπριοι στις διακοπές τους είναι ιδιότροποι, απαιτητικοί, τσιγκούνηδες και άλλοι λένε πως για τις διακοπές τους τα δίνουνε όλα. Συγκρίνοντας τους Κύπριους ταξιδιώτες με τους υπόλοιπους Ευρωπαίους, φαίνεται ότι οι Κύπριοι δεν θέλουν καθόλου ρίσκα στις διακοπές τους και τις πλείστες φορές προτιμάνε ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων, σε αντίθεση με τους υπόλοιπους Ευρωπαίους, που κατά μεγάλο ποσοστό επιλέγουν ξενοδοχεία τριών αστέρων και κάτω. Τα πράγματα διαφοροποιούνται όταν μια παρέα νέων ή μια πολυμελής οικογένεια αποφασίσει να πάει διακοπές, που σε εκείνες τις περιπτώσεις επιλέγουν πιο οικονομικά ξενοδοχεία.

Η δική μου γνώμη πάντως δουλεύοντας και σε ταξιδιωτικό πρακτορείο στην Κύπρο, είναι ότι οι Κύπριοι μπορούν να χαρακτηριστούν ιδιότροποι και απαιτητικοί στη διαδικασία επιλογής του ταξιδιού αλλά όταν γίνει αυτό και είναι ευχαριστημένοι με την επιλογή τους, τότε είναι ανοιχτοχέρηδες και δεν έχουν πρόβλημα να ξοδέψουν και κάτι παραπάνω εάν αυτό θα τους προσφέρει μεγαλύτερη άνεση και ψυχική ικανοποίηση. Βέβαια όσον αφορά τη γενική συμπεριφορά του Κύπριου στον χώρο μετάβασης, αυτό δεν μπορεί να καθοριστεί αφού εξαρτάται από τον χαρακτήρα του κάθε ατόμου και όχι ενός λαού γενικότερα.

Ο Κύπριος ταξιδιώτης είναι ενημερωμένος και γνωρίζει τα δικαιώματά του και την αξία του, απαιτώντας από τον ταξιδιωτικό του πράκτορα να τον προσέξει ιδιαίτερα, σκύβοντας πάνω από τις ταξιδιωτικές του επιθυμίες, ανάγκες, προσπαθώντας να του προσφέρει τελικά ότι καλύτερο υπάρχει στην αγορά. Σ' αυτό το σημείο πρέπει να τονιστεί και η πολύ σωστή δουλειά που γίνεται από τα τουριστικά πρακτορεία της Κύπρου, τον Σύνδεσμο Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου και τον Κ.Ο.Τ. γενικότερα στον τρόπο προσέγγισης του Κύπριου ταξιδιώτη, οι οποίοι φαίνεται να γνωρίζουν και να μελετούν ιδιαίτερα τον "ταξιδιωτικό χαρακτήρα" του Κύπριου, προσφέροντας του αυτό ακριβώς που επιζητά. Επιβράβευση της δουλειάς που γίνεται από τους τουριστικούς πράκτορες αποτελεί το γεγονός ότι εν μέσω σοβαρής οικονομικής κρίσης, έχουν καταφέρει να κρατήσουν σε υψηλό επίπεδο την προτίμηση του Κύπριου να ταξιδέψει στο εξωτερικό παρά να παραμείνει στην Κύπρο.

Η παγκόσμια οικονομική κρίση δεν θα μπορούσε να αφήσει αλώβητη την Κύπρο, ιδίως τον τουριστικό τομέα. Έτσι και ο Κύπριος επιλέγει πλέον προσεκτικότερα και με κύριο γνώμονα την τιμή. Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου κ. Μαντοβάνη, υπάρχει σημαντική μείωση στις τιμές για τα ταξίδια στο εξωτερικό. Γεγονός που διευκολύνει τους Κύπριους να βγουν και εκτός της χώρας. Αναφέρει πως, φέτος και λόγω της οικονομικής κρίσης, η προτίμηση όλων όσων επιλέγουν πακέτα είναι εκείνα με τις χαμηλότερες τιμές. Ο Κύπριος παρά την οικονομική κρίση, δείχνει να προτιμά να ταξιδέψει εκτός Κύπρου για δύο κυρίως λόγους:

- α) Οι τιμές για το εξωτερικό έχουν μειωθεί.
- β) Έχουν αυξηθεί οι τιμές μέσα στην Κύπρο, τόσο των ξενοδοχείων όσο και των εστιατορίων και καφετεριών.

Το ότι η οικονομική κρίση διαφοροποίησε τις επιλογές και την συμπεριφορά των Κυπρίων ως τουριστών, δε χρειάζονται μαντικές ικανότητες για να το αντιληφθεί κανείς. Και ασφαλώς όλες οι αλλαγές αφορούν τον Κύπριο, προς το συντηρητικότερο, τόσο ως τουρίστα στον τόπο του όσο και ως τουρίστα στο εξωτερικό. Ο Κύπριος ως εξερχόμενος τουρίστας επιλέγει πλέον πιο κοντινούς και κατά συνέπεια πιο φθηνούς προορισμούς, όπου και όταν μπορεί, περιορίζει τη διάρκεια παραμονής και λιγοστεύει τα ολιγόημερα ταξίδια αναψυχής τα αποκαλούμενα «Long weekends» είτε στο Λονδίνο από γονείς που επισκέπτονται τους φοιτητές -

παιδιά τους, είτε στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη για ψώνια και νυκτερινή ζωή.

Τα ταξίδια αυξάνονται, δεν αυξάνονται όμως και τα έξοδα των Κυπρίων για σκοπούς τουρισμού και αναψυχής. Οι ταξιδιώτες επιλέγουν πλέον τους πιο κοντινούς προορισμούς και φτηνότερα πακέτα και ταυτόχρονα μειώνονται τα ταξίδια σε μακρινούς, εξωτικούς προορισμούς της Άπω Ανατολής, της Αμερικανικής Ηπείρου κ.λπ. Δεν επηρεάζεται η διάρκεια των ταξιδιών αναψυχής για όσους αγοράζουν εκδρομικά πακέτα σε οργανωμένα ταξίδια με ναυλωμένες πτήσεις. Αφού στις συγκεκριμένες περιπτώσεις, σχεδόν κατά κανόνα, τα ταξίδια αυτά έχουν διάρκεια μιας εβδομάδας. Η διάρκεια μειώνεται, για όσους διαμορφώνουν το εκδρομικό τους πακέτο από μόνοι τους.

Αλλαγές επίσης παρατηρούνται όσον αφορά τους τρόπους πληρωμής των ταξιδιών των Κυπρίων στο εξωτερικό. Όσοι αγοράζουν εκδρομικά πακέτα σε οργανωμένα τουριστικά ταξίδια δεν έχουν την «πολυτέλεια» αλλαγών στον τρόπο πληρωμής, αφού αυτά είναι κατά κανόνα προπληρωτά. Όμως όσοι ταξιδεύουν από μόνοι τους κατά ένα σημαντικό ποσοστό επιλέγουν την πληρωμή με μεταχρονολογημένες επιταγές. Και κάποιοι από αυτούς συχνά τηλεφωνούν στο ταξιδιωτικό πρακτορείο που συνεργάστηκαν για να παρακαλέσουν να κατατεθεί η επιταγή τους όχι τη μεταχρονολογημένη ημερομηνία που αναγράφεται σε αυτή, αλλά ακόμα λίγες μέρες ή και εβδομάδες αργότερα. Οι χαμηλές τιμές στα πακέτα διακοπών οφείλονται στο γεγονός ότι οι προμηθευτές, αλλά και οι διοργανωτές ταξιδιών, αναγκάστηκαν να χαμηλώσουν τις τιμές λόγω της οικονομικής κρίσης. Προκειμένου να κρατηθούν οι τιμές σε επίπεδα που αντέχει ο ταξιδιώτης, υπολογίζοντας το ελάχιστο ποσοστό κέρδους.

5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

Λόγω της σπουδαίας γεωγραφικής θέσης της Κύπρου, ο τουρισμός αποτέλεσε, αποτελεί και όπως φαίνεται θα συνεχίσει να αποτελεί την σημαντικότερη και μεγαλύτερη βιομηχανία στην Κύπρο. Ανέκαθεν, οι προσπάθειες οικονομικής ανάπτυξης του νησιού στηρίζονταν στον τουρισμό, εισερχόμενο και εξερχόμενο, γι' αυτό και όλα αυτά τα χρόνια γίνονται συνεχώς μελέτες και έργα βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος σε ότι έχει να κάνει με αυτό. Από το πιο απλό διαφημιστικό φυλλάδιο μέχρι και τις πιο σύγχρονες τουριστικές εγκαταστάσεις.

Σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, όπως φαίνεται από τους Πίνακες 1 και 2 αλλά και τα Διαγράμματα 1 και 2, υπήρξε μια σημαντική αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού της Κύπρου από το 1973 μέχρι και το 2000 ενώ από το 2000 και έπειτα, μια τεράστια αύξηση που επιβράβευσε τις

προσπάθειες όλων των αρμόδιων φορέων που πίστεψαν σ' αυτό. Από το 2000 μέχρι και το 2008 υπήρξε συνεχής αύξηση, το 2009 είχαμε μια μικρή μείωση, φτάνοντας όμως στην καλύτερη χρονιά το 2010. Από το 2010 μέχρι και σήμερα, υπάρχει μια πτωτική πορεία του εξερχόμενου τουρισμού λόγω των γνωστών γεγονότων του τραπεζικού συστήματος και τις γενικότερης οικονομικής κρίσης που άλλαξαν άρδην τα δεδομένα στην Κύπρο. Παρόλα αυτά, η μείωση είναι πάρα πολύ μικρή αν αναλογιστεί κανείς τις επικρατούσες συνθήκες στην Κύπρο και αυτό είναι πάρα πολύ θετικό.

Επίσης, παρατηρώντας τον Πίνακα 1 και 3 αλλά και τα Διαγράμματα 3, 5 και 6, εξάγονται πάρα πολλά συμπεράσματα. Πρώτα απ' όλα φαίνεται ξεκάθαρα ότι στην κορυφή της λίστας των επιλογών του Κύπριου τουρίστα βρίσκεται η πανέμορφη Ελλάδα και ιδιαίτερα τα μοναδικά Ελληνικά νησιά με τεράστια διαφορά απ' ότι τους άλλους προορισμούς. Οι Εθνικοί δεσμοί που ενώνουν την Κύπρο με την Ελλάδα, οι ανεπανάληπτες ομορφιές της Ελλάδας, η εύκολη πρόσβαση και οι χαμηλές τιμές τόσο για τη μετάβαση όσο και τη διαμονή, ο μεγάλος αριθμός Κυπρίων φοιτητών σε Ιδρύματα της Ελλάδας, την καθιστούν μοναδικό προορισμό του Κύπριου τουρίστα είτε για ολιγοήμερα είτε για πολυήμερα ταξίδια, με αποτέλεσμα κάτι λιγότερο από μισό εκατομμύριο Κύπριοι να μεταβαίνουν κάθε χρόνο στην Ελλάδα.

Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο, που και σε αυτό υπάρχει λογική εξήγηση αφού είναι γνωστό ότι υπάρχουν αρκετές χιλιάδες Κύπριοι ομογενείς που κατοικούν εκεί, αρκετοί Κύπριοι φοιτητές αλλά και αρκετοί Άγγλοι που λόγω των Βρετανικών Βάσεων αποτελούν μόνιμους κάτοικους Κύπρου εδώ και δεκαετίες. Για τους πιο πάνω λόγους φυσικά υπάρχουν καθημερινά πτήσεις για Ηνωμένο Βασίλειο, με τιμές συνήθως προσιτές κυρίως για Λονδίνο, που κάποιες φορές είναι πιο χαμηλές ακόμα και από αυτές για μετάβαση στην Αθήνα.

Ένα άλλο αξιοσημείωτο συμπέρασμα που εξάγεται από τους πιο κάτω Πίνακες και Διαγράμματα όσον αφορά την επιρροή της οικονομικής κρίσης στην διαδικασία λήψης της απόφασης για τον προορισμό ταξιδιού, φαίνεται από την παρατήρηση των χωρών Γερμανία, Γαλλία, Ρουμανία και Βουλγαρία. Οι δύο πρώτες, ενώ την πενταετία 2000-2005 παρουσίαζαν σημαντική αύξηση, από το 2005 μέχρι και το 2010 παρέμειναν στα ίδια επίπεδα, ενώ από το 2010 μέχρι σήμερα παρουσιάζουν σημαντική μείωση και αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι είναι ακριβοί πλέον προορισμοί για τον Κύπριο. Αντίθετα, ο εξερχόμενος τουρισμός για Ρουμανία και Βουλγαρία, λόγω ακριβώς του γεγονότος ότι είναι κατ' εξοχήν πιο φτηνές χώρες απ' ότι η Κύπρος, παρουσιάζει από το 2000 και μετά σταθερή αύξηση.

Σταθερή επίσης αύξηση τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ο εξερχόμενος τουρισμός της Κύπρου για Ιταλία και Ισπανία, αφού ως γνωστόν οι δύο αυτές χώρες νιώθουν έντονα την οικονομική κρίση και προσφέρουν απίστευτες προσφορές για τα τουριστικά τους θέρετρα. Η χώρα όμως που

αξίζει ιδιαίτερης προσοχής είναι η Ρωσία. Αυτή η χώρα που μέχρι το 2000 αποτελούσε έναν απομακρυσμένο για τις προτιμήσεις των Κυπρίων προορισμό, από το 2000 μέχρι το 2005 είχε ραγδαία αύξηση ενώ από το 2005 μέχρι και σήμερα αποτελεί τον τρίτο σε προτίμηση προορισμό εξερχόμενου τουρισμού και μάλιστα το μοναδικό με θετικό πρόσημο αύξησης το 2013!

Οι οργανωμένες προσπάθειες και Διακρατικές Συμφωνίες Κύπρου-Ρωσίας, οι ραγδαίες γεωπολιτικές εξελίξεις στην Κύπρο, το ελκυστικό μέχρι πέρσι τραπεζικό σύστημα της Κύπρου για τους Ρώσους εκατομμυριούχους, οι εκατοντάδες επιχειρήσεις ρωσικών συμφερόντων που αναπτύχθηκαν στην Κύπρο, οι τεράστιες αγορές Κυπριακής γης από Ρώσους, η αύξηση των Ρώσων μόνιμων κατοίκων στο νησί και πολλοί άλλοι λόγοι, έχουν αναθερμάνει τις σχέσεις των δύο λαών και κατέστησαν την διαδρομή Κύπρου-Ρωσίας αρκετά εύκολη. Οι επιτυχημένες προσπάθειες της Κύπρου για προσέλκυση του Ρώσου τουρίστα ως αντικατάσταση των Γερμανών και Βρετανών που απομακρύνθηκαν τα τελευταία χρόνια, δεν είχε ως αποτέλεσμα μόνο την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού από την Ρωσία αλλά και την αύξηση του εξερχόμενου από Κύπρο προς Ρωσία.

Επίσης, μελετώντας τους Πίνακες 1 και 4 καθώς και το Διάγραμμα 4, αξίζει να ασχοληθεί κανείς με το τρίγωνο των χωρών Αίγυπτος, Ισραήλ, Συρία, Λίβανος. Οι χώρες αυτές οι οποίες χρόνο με τον χρόνο προσέλκυαν όλο και περισσότερες χιλιάδες Κύπριους επισκέπτες την περασμένη δεκαετία λόγω των πολύ χαμηλών τιμών, της φιλοξενίας των λαών αυτών αλλά και της μικρής απόστασης, αποτελούν πλέον απαγορευμένους προορισμούς για τους Κύπριους. Η έκρυθμη πολεμική κρίση και η πολιτική αστάθεια των τελευταίων τεσσάρων ετών σε Αίγυπτο και Συρία, η κατά καιρούς επικίνδυνη κατάσταση που επικρατεί στο Λίβανο και το μίσος των γύρω χωρών προς το Ισραήλ έχουν ως συνέπεια όλο και πιο λίγοι Κύπριοι να ταξιδεύουν προς τις χώρες αυτές αφού ανά πάσα στιγμή κινδυνεύει η σωματική τους ακεραιότητα. Μάλιστα αυτό αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια όπως φαίνεται και είναι πραγματικά κρίμα για τις χώρες αυτές. Η μόνη χώρα που έχει προοπτικές αύξησης είναι το Ισραήλ λόγω των νέων σχέσεων Κύπρου-Ισραήλ στο φυσικό αέριο αλλά και της αιώνιας θρησκευτικής σχέσης των Κυπρίων με τους Αγίους Τόπους.

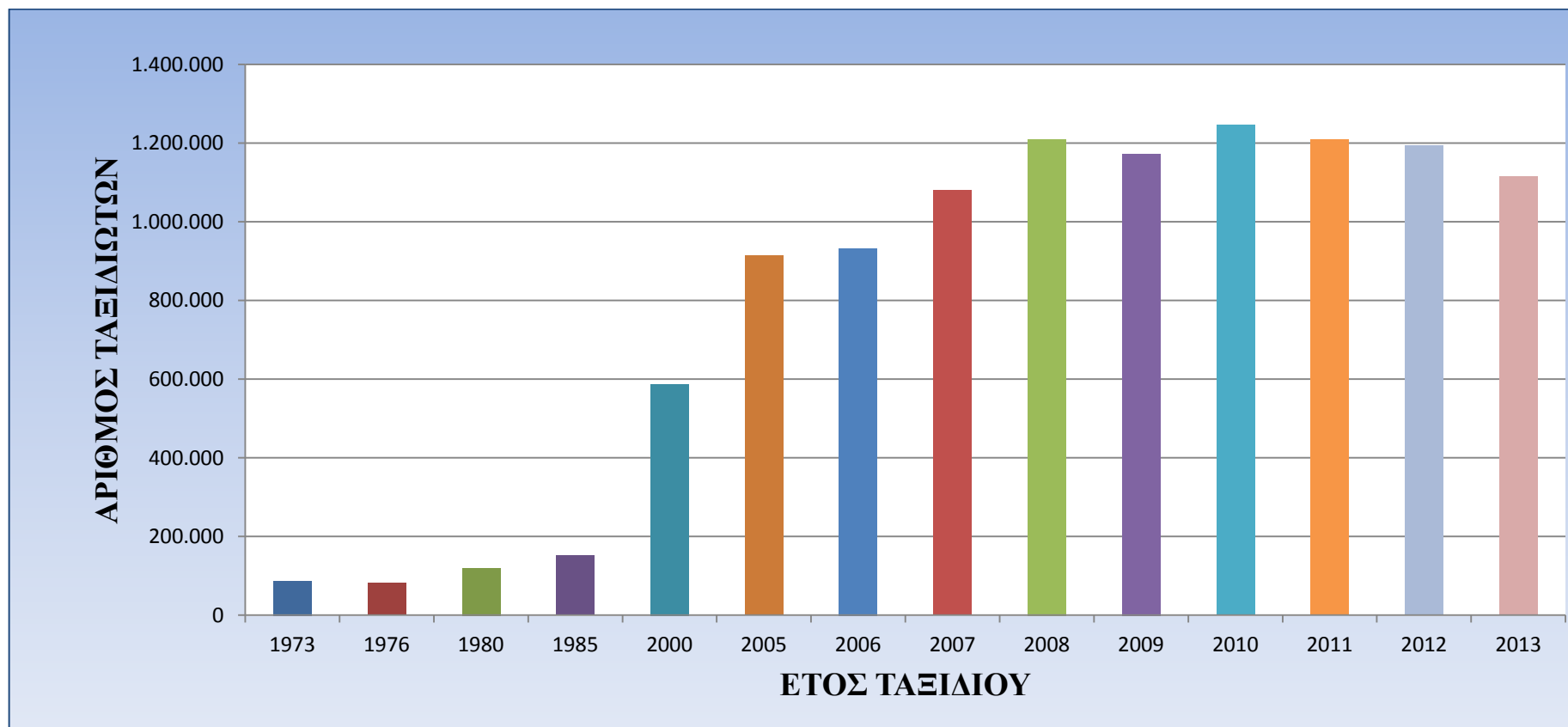
Τέλος, από τον Πίνακα 5 και τα Διαγράμματα 7, 8 και 9 προκύπτουν τα εξής:

- Από το 2005 μέχρι το 2013, ο εξερχόμενος τουρισμός της Κύπρου αποτελείται κατά μέσο όρο από 44.8% άντρες και 55.2% γυναίκες.
- Από το 2005 μέχρι το 2013, κατά μέσο όρο ποσοστό 17.9% του εξερχόμενου τουρισμού ανήκει στις ηλικίες 15-24 χρονών, 45.1% στις ηλικίες 25-45 χρονών και 29.3% στις ηλικίες 46-64 χρονών.
- Από το 2005 μέχρι το 2011, κατά μέσο όρο ποσοστό 66.2% του εξερχόμενου τουρισμού της Κύπρου γίνεται για λόγους αναψυχής, 20.0% για επαγγελματικούς λόγους, 10.7% για λόγους σπουδών και 3.1% για άλλους λόγους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ (1973-2000 ΚΑΙ 2005-2010)

Χώρα	1973	1976	1980	1985	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ελλάδα	39146	47671	57293	77668	235397	390314	398877	438388	446832	417710	428686
Ην. Βασίλειο	16410	12601	18650	25861	82671	127732	157021	216759	246211	271990	298440
Ρωσία	550	747	1497	2219	21063	39746	39936	45364	49302	48711	54625
Ρουμανία	---	---	---	---	6871	13463	15990	22580	29404	35711	45393
Βουλγαρία	705	263	1258	1424	10616	21599	24512	29498	32259	29695	29305
Γερμανία	792	707	1571	3493	12994	22438	23881	24063	28212	23975	30302
Γαλλία	134	848	1696	2070	14115	23222	23034	23095	29341	24270	26064
Ιταλία	1024	622	1130	2124	12810	17875	18444	22455	29093	21590	24778
Τσεχία	---	---	---	---	4786	10453	8648	9651	15276	16241	17464
Αυστρία	---	---	---	---	4215	7204	8200	10130	17298	14345	14837
Ουγγαρία	---	---	---	---	5718	8983	11497	9443	12026	12128	13447
Ισπανία	---	---	---	---	3360	6365	6783	6886	8747	6696	10981
Ουκρανία	---	---	---	---	4221	9847	10423	11798	14032	9772	10450
Ολλανδία	---	---	---	---	4194	8121	8392	6764	9652	8448	8302
Ελβετία	---	---	---	---	5463	4513	4579	5841	6041	6127	7759
Λευκορωσία	---	---	---	---	2644	2799	2654	2798	2983	2810	3415
Αίγυπτος	540	651	1888	1340	13236	16494	11655	20250	17746	18427	16561
Ν. Αφρική	---	---	---	---	2272	3353	2913	3074	3141	3291	4592
Η.Π.Α.	195	640	1511	3454	16167	12905	10779	11530	14143	10753	12751
Ισραήλ	1722	1426	6833	10127	28769	18041	17155	22746	31998	25441	29300
Λίβανος	7207	630	2315	961	24261	27038	17764	12006	17359	19755	22735
Συρία	195	711	8978	790	16443	29554	18146	16475	19121	15230	14718
Ην. Αρ. Εμιράτα	---	---	1929	928	4249	8075	8181	9323	15138	16017	11114
Ιορδανία	---	215	597	944	3529	5336	4297	5314	6460	5203	5028
Μπαχρέϊν	---	1073	1095	1659	970	1050	1065	1667	2737	2611	1486
Σ. Αραβία	---	2305	3624	2732	1753	1151	1226	1265	1441	1324	1293
Ωκεανία	23	157	435	581	2810	2627	3432	3879	3953	3883	3822
ΣΥΝΟΛΟ	87 244	81 442	120 097	150 976	587 622	913 820	932 116	1 080 512	1 209 802	1 172 268	1 246 378

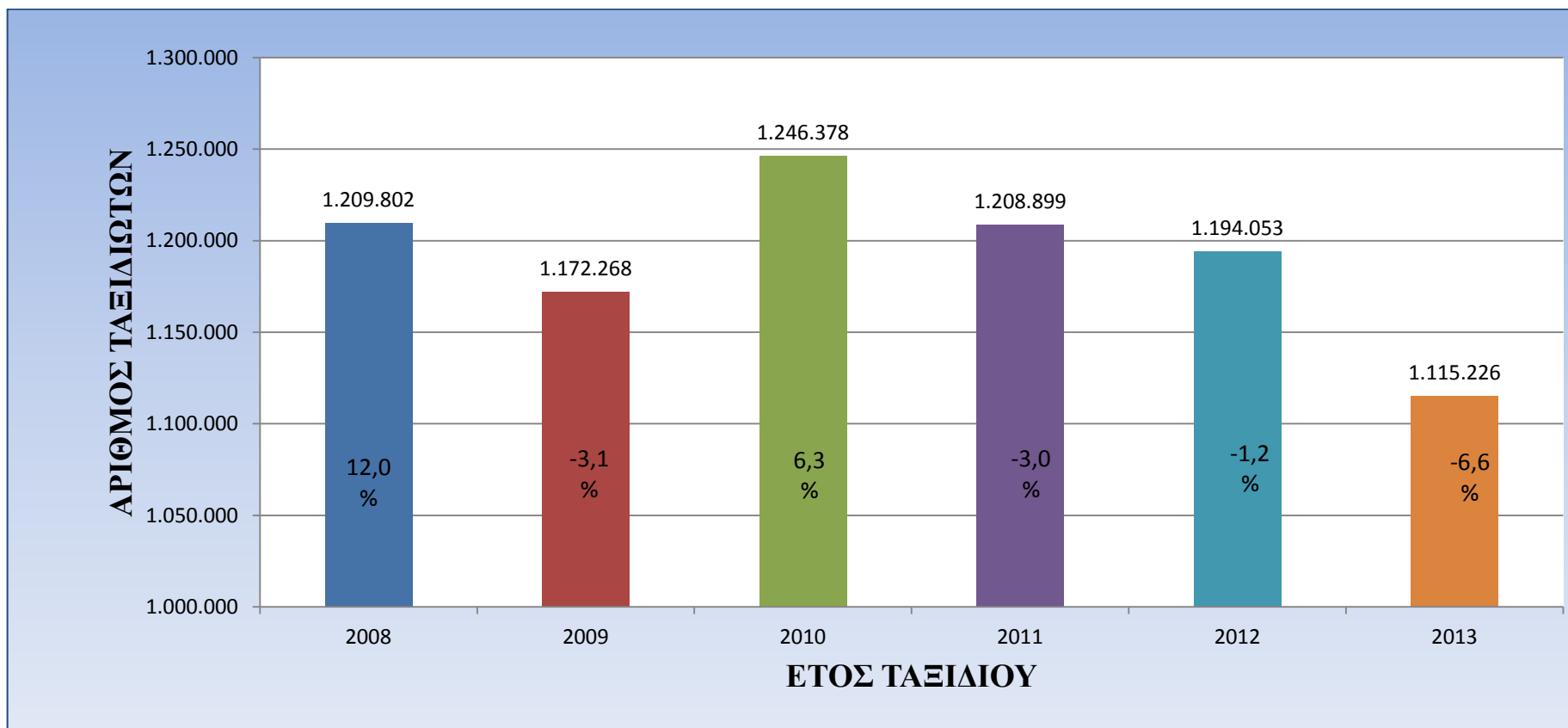
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ (1973-2013)



ΠΙΝΑΚΑΣ 2
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΣΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ	1 209 802	1 172 268	1 246 378	1 208 899	1 194 053	1 115 226
% ΜΕΤΑΒΟΛΗ	12,0	-3,1	6,3	-3,0	-1,2	-6,6

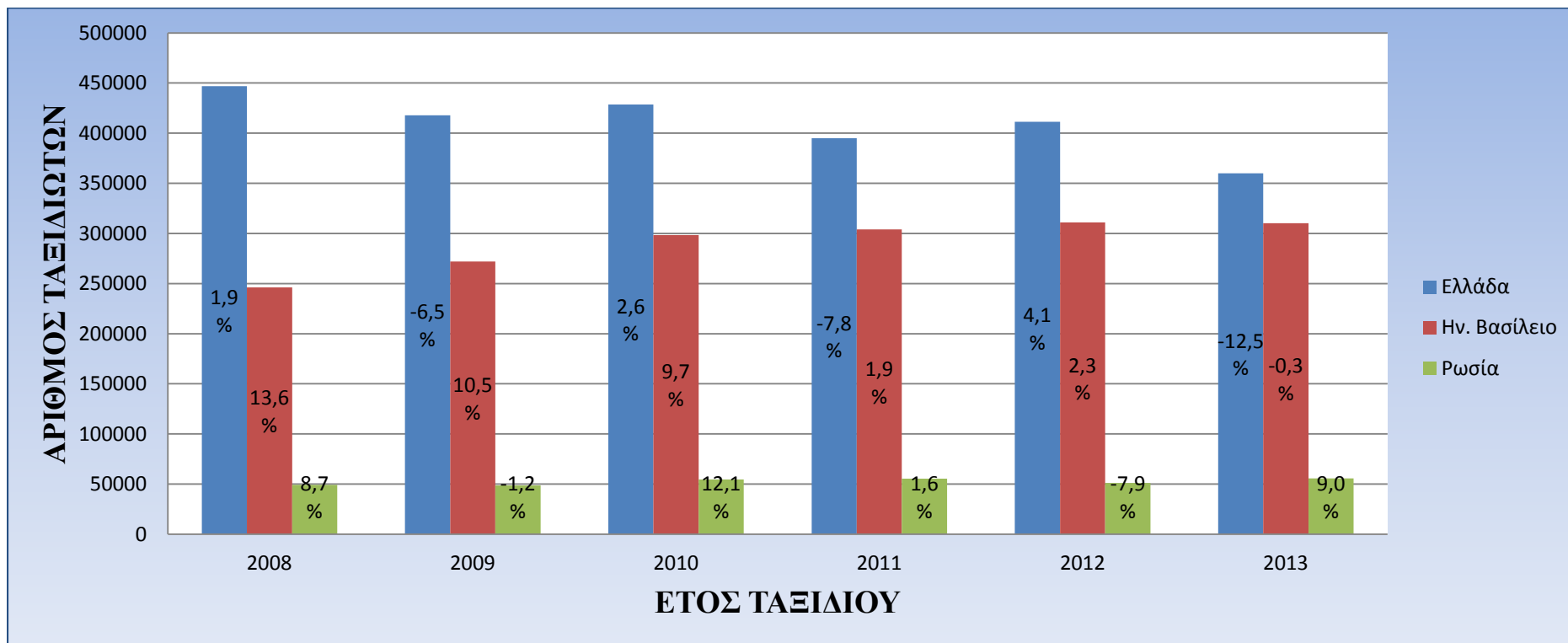
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013)



ΠΙΝΑΚΑΣ 3
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013) ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ελλάδα	446 832	417 710	428 686	395 045	411 288	360 027
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	1,9	-6,5	2,6	-7,8	4,1	-12,5
Ηνωμένο Βασίλειο	246 211	271 990	298 440	304 012	311 119	310 099
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	13,6	10,5	9,7	1,9	2,3	-0,3
Ρωσία	49 302	48 711	54 625	55 508	51 121	55 745
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	8,7	-1,2	12,1	1,6	-7,9	9,0

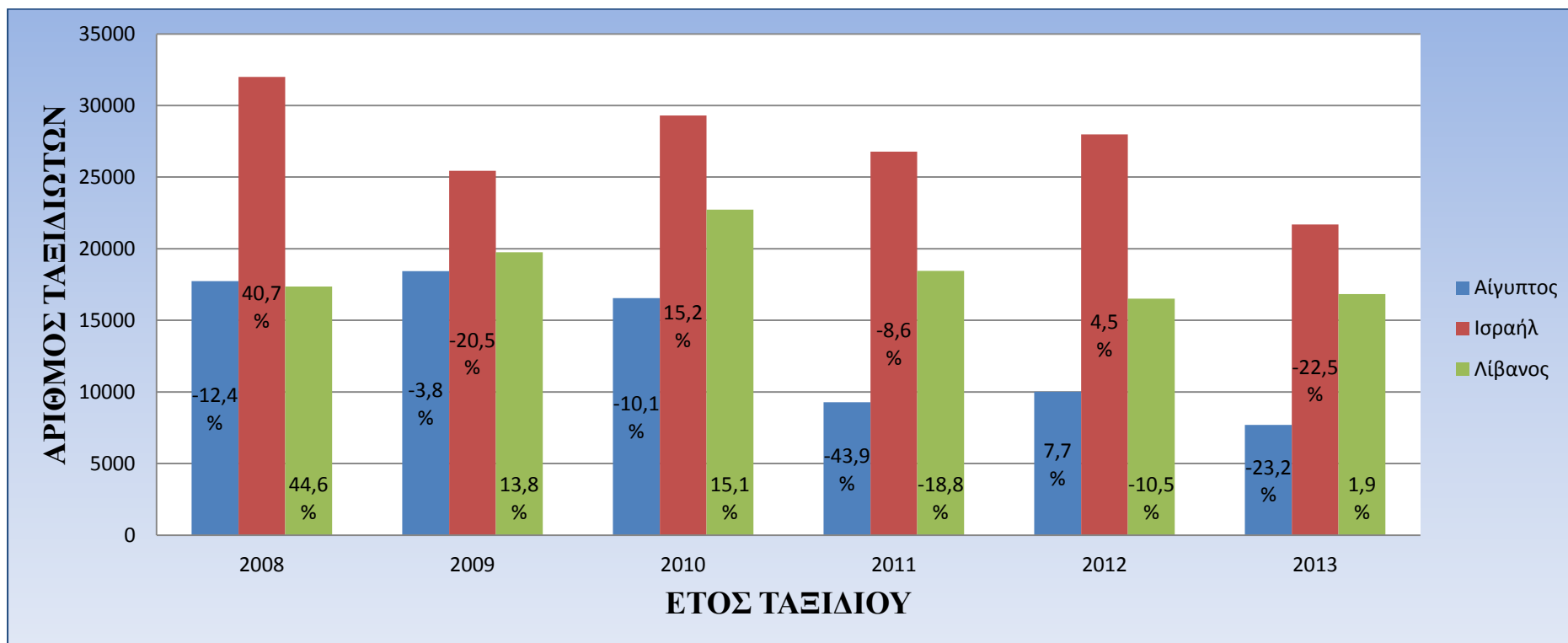
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013) ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ



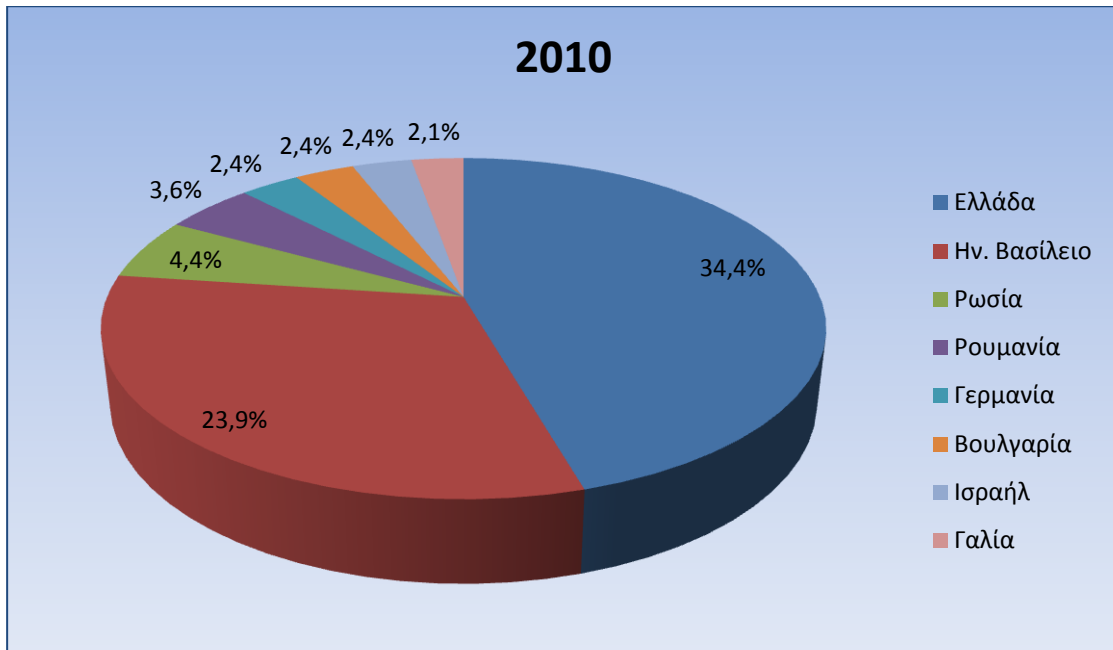
ΠΙΝΑΚΑΣ 4
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΣΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013) ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΗΣ ΑΦΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΣΙΑΣ

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Αίγυπτος	17 746	18 427	16 561	9 291	10 010	7 691
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	-12,4	3,8	-10,1	-43,9	7,7	-23,2
Ισραήλ	31 998	25 441	29 300	26 777	27 989	21 688
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	40,7	-20,5	15,2	-8,6	4,5	-22,5
Λίβανος	17 359	19 755	22 735	18 455	16 519	16 827
(%) Μεταβολή με προηγούμενο έτος	44,6	13,8	15,1	-18,8	-10,5	1,9

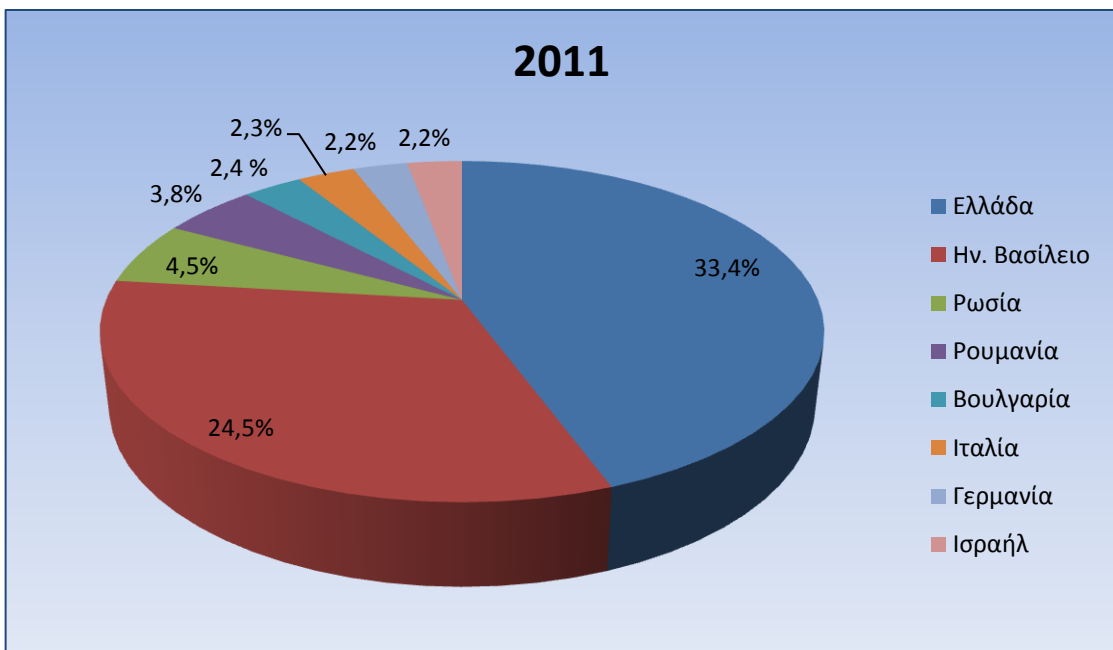
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΣΑΝ ΚΑΙ (%) ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ
(2008-2013) ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΗΣ ΑΦΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΣΙΑΣ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΚΑΤΑ ΤΙΣ
ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ 2010



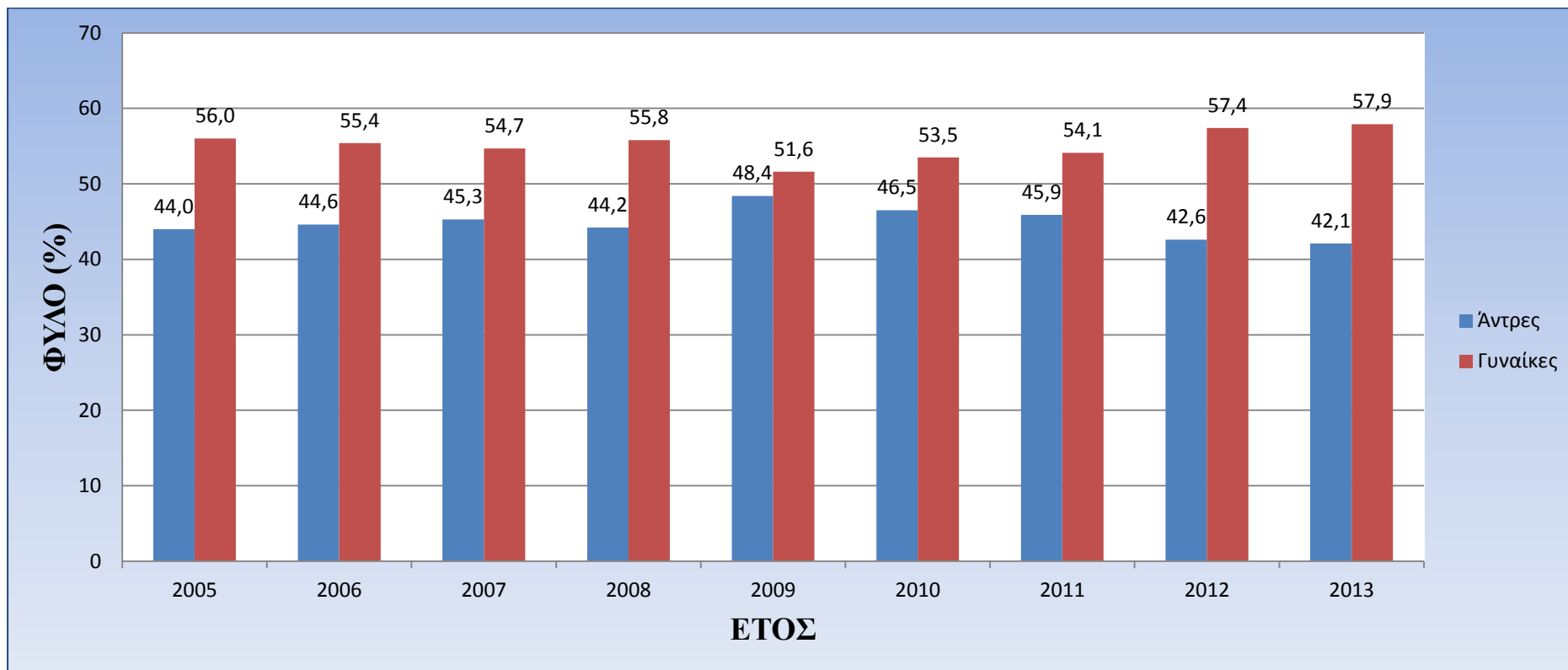
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΚΑΤΑ ΤΙΣ
ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ 2011



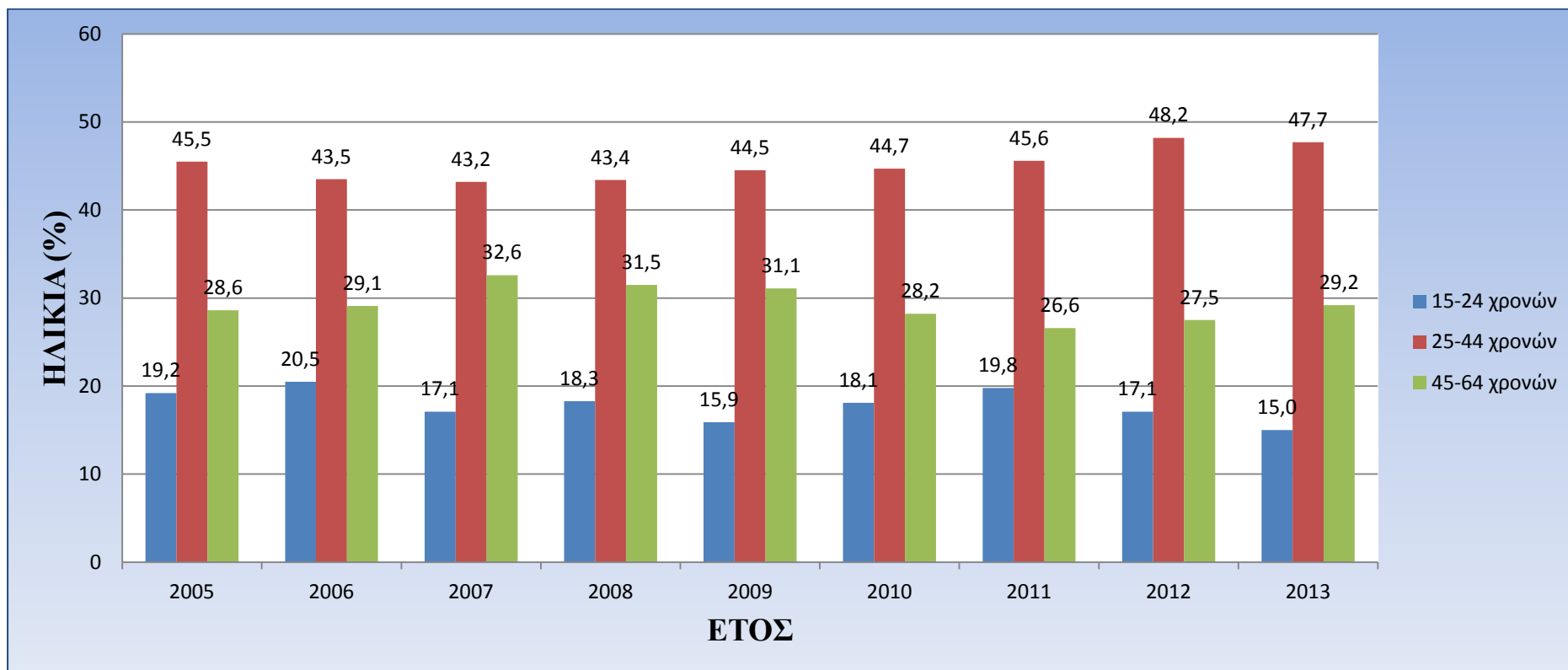
ΠΙΝΑΚΑΣ 5
ΑΡΙΘΜΟΣ, ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΑΝΑ ΕΤΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ
2000-2013

ΕΤΟΣ	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Αριθμός Ταξιδιωτών	913 820	932 116	1 080 512	1 209 802	1 172 268	1 246 378	1 208 899	1 194 053	1 115 226
ΦΥΛΟ (%)									
Άντρες	44,0	44,6	45,3	44,2	48,4	46,5	45,9	42,6	42,1
Γυναίκες	56,0	55,4	54,7	55,8	51,6	53,5	54,1	57,4	57,9
ΗΛΙΚΙΑ(%)									
15-24 χρονών	19,2	20,5	17,1	18,3	15,9	18,1	19,8	17,1	15,0
25-44 χρονών	45,5	43,5	43,2	43,4	44,5	44,7	45,6	48,2	47,7
45-64 χρονών	28,6	29,1	32,6	31,5	31,1	28,2	26,6	27,5	29,2
ΣΚΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ (%)									
Αναψυχή	64,1	64,2	66,0	65,5	67,9	67,3	68,1	---	---
Επαγγελματικοί Λόγοι	21,3	20,4	20,3	20,6	20,5	19,3	18,1	---	---
Σπουδές	11,9	13,1	10,7	10,6	8,3	9,3	10,7	---	---
Άλλοι Λόγοι	2,7	2,3	3,0	3,3	3,3	4,1	3,1	---	---

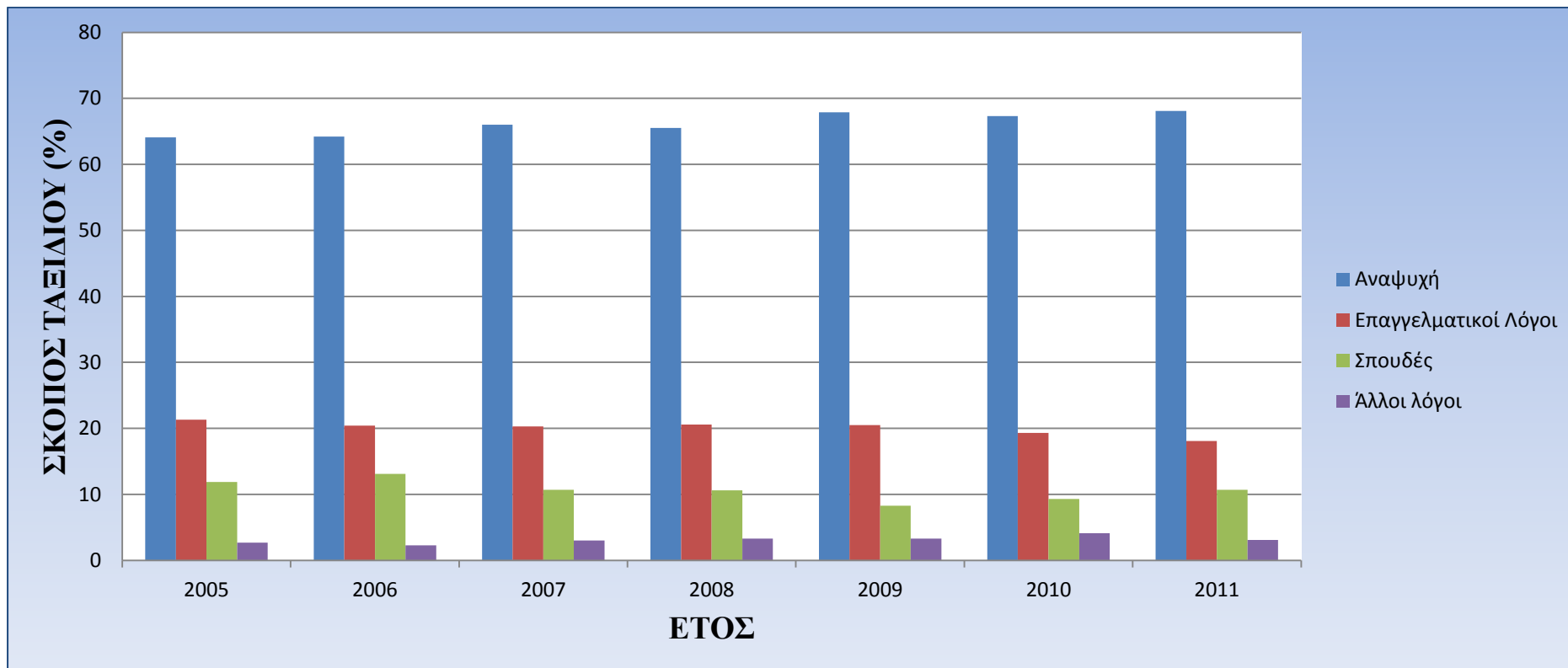
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΤΑ ΦΥΛΟ
ΑΝΑ ΕΤΟΣ (2005-2013)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΨΑΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ
ΑΝΑ ΕΤΟΣ (2005-2013)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΚΥΠΡΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΑΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΤΑ ΣΚΟΠΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ
ΑΝΑ ΕΤΟΣ (2005-2011)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

6.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ

Όπως είναι φυσικό, τα τουριστικά γραφεία δεν μπορούν μόνο να περιμένουν ατομικά τον κάθε πελάτη να τους επισκεφτεί, να τους ενημερώσει για το τι περίπου θέλει και να του ετοιμάσουν εισηγήσεις και προσφορές. Από την άλλη και οι ίδιοι οι πελάτες δεν έχουν πάντοτε τόσο διαθέσιμο χρόνο να αφιερώσουν ώστε να επισκεφτούν μια και δύο και τρεις φορές τα τουριστικά γραφεία μέχρι να καταλήξουν στην τελική τους επιλογή. Επίσης πολλές φορές τον πελάτη ενός γραφείου αντιπροσωπεύει ένα σχολείο, μια εταιρεία κλπ που αποτελείται από έναν αριθμό ατόμων. Έτσι πρέπει το γραφείο να έχει πάντοτε έτοιμα κάποια πακέτα-εισηγήσεις τα οποία να τραβούν την προσοχή του πελάτη από την πρώτη στιγμή που θα καθίσει στην αναμονή του γραφείου. Αυτός ο τρόπος γλιτώνει και από τον πράκτορα και από τον πελάτη πολύτιμο χρόνο και χρήμα.

Η σύνθεση, σχεδιασμός και εκτέλεση ενός πακέτου διακοπών όμως δεν είναι καθόλου απλό ζήτημα και χρειάζεται μια ολοκληρωμένη έρευνα αγοράς που ξεκινά από τον παράγοντα ζήτηση μέχρι και την σύναψη συμβάσεων με τους εμπλεκόμενους φορείς ή υποστηρικτικούς πράκτορες. Πρέπει όχι μόνο να καταφέρει να οργανώσει σωστά ένα πακέτο αλλά και να το εκτελέσει σωστά ώστε ο πελάτης από την στιγμή που θα φύγει από την Κύπρο μέχρι και την επιστροφή του να είναι πλήρως ικανοποιημένος και ασφαλής. Απαραίτητες προϋποθέσεις για να αντεπεξέλθει ένα τουριστικό γραφείο στις υποχρεώσεις που δημιουργεί το πακέτο είναι:

- Να εξασφαλίσει έναν αριθμό θέσεων σε τακτικές πτήσεις ή ναυλωμένες πτήσεις από αεροπορικές εταιρείες ώστε να γίνει εφικτή η μεταφορά των τουριστών στον τόπο επιλογής
- Να εξασφαλίσει έναν αριθμό δωματίων από ξενοδοχεία ή άλλα καταλύματα ώστε να διασφαλιστεί η διαμονή στον τόπο επίσκεψης
- Να εξασφαλίσει έναν αριθμό επιπρόσθετων υπηρεσιών στον χώρο επίσκεψης όπως διάφορα μέσα μεταφοράς (λεωφορεία, τρένα, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, πλοία), τόπους σίτισης, αξιοθέατα και μέσα ψυχαγωγίας.

Επομένως, ο σχεδιασμός ενός πακέτου διακοπών από το τουριστικό γραφείο μπορούμε να πούμε ότι περνά από τέσσερα στάδια:

- **1^ο Στάδιο - Ανάλυση της Ζήτησης**

Εάν ο πελάτης αποτελεί ένα οργανωμένο σύνολο (σχολείο, εταιρεία, όμιλο κλπ.) το οποίο μέσω αντιπροσώπου επισκέπτεται το τουριστικό γραφείο και προβάλλει τι ζητά, τότε το τουριστικό γραφείο ξεκινά την έρευνα του ώστε να ικανοποιήσει αυτό ακριβώς που ζητά ο πελάτης. Εντοπίζει τον κατάλληλο προορισμό, το περιεχόμενο του ταξιδιού, τις ημερομηνίες, τη διάρκεια, τον προϋπολογισμό και τις επιπρόσθετες επιθυμητές υπηρεσίες και κατασκευάζει ένα πακέτο στα μέτρα του πελάτη.

Στις περισσότερες περιπτώσεις όμως δεν γίνεται αυτό. Το τουριστικό γραφείο ετοιμάζει πακέτα τα οποία υπολογίζει ότι θα έχουν ζήτηση στο κοντινό μέλλον και τα προωθεί ώστε να τα πωλήσει. Στην περίπτωση αυτή το ταξιδιωτικό γραφείο ετοιμάζει κάποιο προϊόν ανάλογα με την εποχή στηρίζοντας το σχεδιασμό του στο ρεύμα ζήτησης του Κύπριου ταξιδιώτη, στη νοοτροπία, στις συνήθειες και στην πείρα από τις προτιμήσεις των προηγούμενων ετών, με κύριο γνώμονα τη διάρκεια και την τιμή. Αυτό το είδος θέλει βέβαια μεγαλύτερη προσοχή και εμπεριέχει ένα βαθμό κινδύνου μη επιτυχίας.

- **2^ο Στάδιο – Σχεδιασμός και εξασφάλιση υπηρεσιών**

Αφού αποφασιστούν οι προορισμοί των πακέτων και το είδος των διακοπών, το τουριστικό γραφείο ξεκινά τις προσπάθειες και διαπραγματεύσεις με αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρείες για εξασφάλιση θέσεων και τιμών. Έπειτα ψάχνει ξενοδοχεία, συγκροτήματα και άλλους χώρους για να εξασφαλίσει έναν αριθμό δωματίων για τη διαμονή των ταξιδιωτών. Αφού κανονίσει τη μεταφορά και διαμονή, χρειάζεται να βρει και μεταφορικά μέσα στον χώρο μετάβασης όπως τρένα, λεωφορεία, πούλμαν, αυτοκίνητα ενοικίασης, πλοία κλπ αλλά και τόπους επίσκεψης όπως μουσεία, αξιοθέατα κλπ. αλλά και χώρους ψυχαγωγίας, διασκέδασης και σίτισης. Βρίσκοντας τα πιο πάνω ξεκινά διαπραγματεύσεις για τις καλύτερες δυνατές τιμές και συνάπτει συμβάσεις με τους παραπάνω προμηθευτές. Έτσι, μπορεί πλέον να κοστολογήσει πλήρως το ταξίδι που προτίθεται να οργανώσει και να καθορίσει την τιμή πώλησης του στον υποψήφιο πελάτη.

- **3^ο Στάδιο – Σχεδιασμός διαφημιστικού εντύπου**

Το διαφημιστικό έντυπο (brochure), αν και ακριβό για τα τουριστικά γραφεία, αποτελεί ίσως το σημαντικότερο εργαλείο στην προσπάθεια προώθησης / πώλησης του προσφερόμενου πακέτου. Πρέπει να είναι ελκυστικό και συνάμα πλήρες και ολοκληρωμένο από πλευράς πληροφόρησης και ακρίβειας. Περιλαμβάνει:

- Το όνομα της χώρας ή και πόλεων επίσκεψης
- Τη διάρκεια του ταξιδιού καθώς και τις ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής

- Τους πίνακες τιμών για μεταφορά και διαμονή στον χώρο επίσκεψης
- Φωτογραφίες τόσο του χώρου επίσκεψης όσο και του ξενοδοχείου ώστε να ελκύει τον πελάτη και να τον κάνει να νιώσει ότι γνωρίζει που πάει
- Πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα και τους χώρους επίσκεψης ανά μέρα
- Πληροφορίες σχετικά με το τι περιλαμβάνεται και τι δεν περιλαμβάνεται στις τιμές
- Τουριστικές πληροφορίες για τον προορισμό όπως κλιματολογικές συνθήκες, αξιοθέατα, ιστορία, δυνατότητες αναψυχής, πιθανούς κινδύνους κλπ.
- τους γενικούς και ειδικούς όρους πώλησης που συνήθως συναντάμε στην τελευταία σελίδα του διαφημιστικού εντύπου. Σε αυτό το σημείο αναφέρονται οι ευθύνες του ταξιδιωτικού γραφείου, οι υποχρεώσεις των πελατών, πληροφορίες για τα ξενοδοχεία, πότε μια κράτηση είναι έγκυρη, τι γίνεται σε περιπτώσεις που κάποιος επιθυμεί να κάνει ακύρωση ή όταν υπάρχουν αλλαγές ή ακυρώσεις προγραμμάτων από το τουριστικό γραφείο. Επίσης αναφέρονται οι τυχόν ταξιδιωτικές ασφάλειες που έχουν οι πελάτες, οι διάφορες εκπτώσεις, η ισχύς του προγράμματος και η προθεσμία για δηλώσεις συμμετοχής. Τέλος αναφέρεται το τι πρέπει να κάνουν οι συμμετέχοντες με τα διαβατήριά τους, τις θεωρήσεις τους και τις διάφορες υγειονομικές διατυπώσεις.

- **4^ο Στάδιο – Προβολή, προώθηση και πώληση πακέτου**

Αφού σχεδιαστεί και ολοκληρωθεί το πακέτο, εκτυπώνεται το διαφημιστικό έντυπο και αμέσως προωθείται στους “καταναλωτές”. Τα έντυπα είναι διαθέσιμα στα τουριστικά γραφεία, μπορούν να προωθηθούν ως ένθετα σε εφημερίδες και περιοδικά, κυκλοφορούν σε διάφορα κεντρικά σημεία αναφοράς πόλεων όπου γίνονται αντιληπτά από μεγάλη μερίδα ανθρώπων και πολλές φορές μπορούν να σταλούν και ταχυδρομικώς σε κάποιες περιοχές. Τα πακέτα αυτά είναι έτοιμα προς πώληση αμέσως μόλις δημοσιευτούν και συνήθως κάθε εποχή του χρόνου ο διοργανωτής ήδη ξεκινά την οργάνωση για την επόμενη χρονιά. Επίσης ανάλογα με την επιτυχία ή την αποτυχία ενός πακέτου, αυτό μπορεί επαναληφθεί την επόμενη χρονιά ή να ακυρωθεί και αφαιρεθεί από τα προσφερόμενα προϊόντα.

6.2 ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ

ΕΛΛΑΔΑ – ΜΑΓΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΣΟΥ

(Με κρουαζιέρα στα Κύθηρα και την Ελαφόνησο)

Διάρκεια: 8 ημέρες

Μέγιστος Αριθμός Ατόμων Συμμετοχής: 40

Αναχώρηση: 11/7/2014

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

1η μέρα: ΛΑΡΝΑΚΑ – ΑΘΗΝΑ – ΝΕΑΠΟΛΗ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο της Λάρνακας στις 06:00. Αναχώρηση για το Αεροδρόμιο Αθηνών με πτήση των Κυπριακών Αερογραμμών (CY 312) στις 08:00. Άφιξη στην Αθήνα στο Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος στις 09:45. Παραλαβή και άμεση αναχώρηση για το νοτιότερο κομμάτι της ηπειρωτικής Ελλάδας, τη Νεάπολη, όπου θα διανυκτερεύσουμε για 5 βράδια, με ενδιάμεσους σταθμούς για καφέ και γεύμα. Άφιξη νωρίς το απόγευμα, τακτοποίηση στα δωμάτια και χρόνος ελεύθερος. Δείπνο και διανυκτέρευση.

2η μέρα: ΝΕΑΠΟΛΗ – ΚΥΘΗΡΑ

Η σημερινή μέρα είναι αφιερωμένη στα Κύθηρα. Μετά το πρόγευμα θα πάρουμε το καράβι που θα μας μεταφέρει σε μια ώρα στα πανέμορφα Κύθηρα, που κρύβουν μεγαλοπρεπή κάστρα, ορεινά χωριά και δαντελωτές ακτές. Το θρησκευτικό συναίσθημα των κατοίκων είναι βαθιά ριζωμένο, αφού εδώ υπάρχουν περίπου 350 εκκλησίες, ξωκλήσια και ιστορικά μοναστήρια. Περιήγηση των Κυθήρων για να δούμε την ολόλευκη Χώρα, το Καψάλι και το Λιβάδι. Μετά την επίσκεψη στο σημαντικότερο προσκύνημα του νησιού την Ιερά Μονή Παναγίας Μαρτιδιώτισσας θα έχουμε χρόνο ελεύθερο και με καραβάκι θα επιστρέψουμε στο ξενοδοχείο μας. Δείπνο και διανυκτέρευση.

3η μέρα: ΝΕΑΠΟΛΗ – ΓΥΘΕΙΟ - ΣΠΗΛΑΙΑ ΔΥΡΟΥ

Πρόγευμα και αναχωρούμε για τα λιμναία σπήλαια του Δυρού όπου θα εκπλαγούμε από τα περίεργα σχήματα και χρωματισμούς που δημιουργούν οι σταλακτίτες και οι σταλαγμίτες δεκάδες μέτρα κάτω από τη γη. Συνεχίζουμε για το πανέμορφο Γύθειο το οποίο κατοικείται από την προϊστορική εποχή και ήταν ο εμπορικός σταθμός των αρχαίων Φοινίκων. Χρόνος ελεύθερος και επιστροφή στο ξενοδοχείο για ξεκούραση. Δείπνο και διανυκτέρευση.

4η μέρα: ΝΕΑΠΟΛΗ - ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ

Πρόγευμα και αναχώρηση για την καστροπολιτεία της Μονεμβασιάς. Φθάνοντας μπροστά στα μάτια μας, εμφανίζεται η ανεπανάληπτη εικόνα του βράχου της Μονεμβασιάς. Αξέχαστες οι εντυπώσεις από την περιδιάβαση στην Παλιά Πόλη. Αρχοντικά, αψίδες, ενετικά οικόσημα, βυζαντινές εκκλησίες με σημαντικότερες του Ελκομένου Χριστού και της Αγίας Σοφίας, σπιτία με εξώστες στο πέλαγος, συνθέτουν μία μοναδική εικόνα. Χρόνος ελεύθερος και επιστροφή στο ξενοδοχείο μας. Δείπνο και διανυκτέρευση.

5η μέρα: ΝΕΑΠΟΛΗ - ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ

Πρόγευμα και ακολουθεί εκδρομή με καραβάκι στην γραφική Ελαφώνησο. Η φύση μας μαγεύει στο γραφικό αυτό ψαρονήσι, με τις παγκοσμίως γνωστές παραλίες, την αλιευτική ιστορία και τη βυθισμένη πολιτεία. Χρόνος ελεύθερος για μπάνιο και φαγητό. Επιστροφή στο ξενοδοχείο, ξεκούραση. Το βραδάκι θα κάνουμε την βόλτα μας στο όμορφο λιμανάκι της Νεάπολης, Δείπνο και διανυκτέρευση.

6η μέρα: ΝΕΑΠΟΛΗ – ΜΥΣΤΡΑΣ – ΣΠΑΡΤΗ – ΑΘΗΝΑ

Μετά το πρόγευμα αναχωρούμε για το Μυστρά που βρίσκεται 5χλμ δυτικά από τη Σπάρτη. Κάτω από το κάστρο, παλάτια και εκκλησίες, οχυρώσεις και πύλες, αρχοντικά και σπίτια, δρόμοι και κρήνες καταγράφουν την ανεπανάληπτη ιστορική διαδρομή της έδρας του Δεσποτάτου του Μορέως. Συνεχίζουμε για την Σπάρτη όπου μετά την περιήγησή μας στην πόλη, θα έχουμε ελεύθερο χρόνο για καφέ ή γεύμα. Στην συνέχεια θα αναχωρήσουμε για Αθήνα όπου μετά από ενδιάμεσες στάσεις θα φτάσουμε αργά το απόγευμα.

7η μέρα: ΑΘΗΝΑ

Μετά το πρόγευμα η μέρα είναι ελεύθερη στην Αθήνα. Σας προτείνουμε να κάνετε ένα διασκεδαστικό ταξίδι ξενάγησης της Αθήνας, διάρκειας 60 λεπτών στα αξιοθέατα και τα μνημεία του ιστορικού κέντρου της, στην Πλάκα, στο Μοναστηράκι, στην αρχαία αγορά και στην Ακρόπολη με το Happy Train. Διανυκτέρευση.

8η μέρα: ΑΘΗΝΑ – ΛΑΡΝΑΚΑ

Μετά το πρόγευμα ελεύθερος χρόνος για ψώνια και βόλτες. Συγκέντρωση στο ξενοδοχείο στις 17:00 με όλες τις αποσκευές. Επιβίβαση στο πούλμαν και μεταφορά στο αεροδρόμιο της Αθήνας με γεμάτες βαλίτσες από το γαλάζιο και πράσινο της Ελλάδας. Αναχώρηση από το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος στις 20:35 με πτήση των Κυπριακών Αερογραμμών (CY 337) και άφιξη στο Αεροδρόμιο Λάρνακας στις 22:10.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- Αεροπορικό εισιτήριο Λάρνακα – Αθήνα – Λάρνακα
- Φόροι αεροδρομίων και επίναυλος καυσίμων
- Διαμονή για 5 βράδια σε ξενοδοχείο 3* στη Νεάπολη
- Διαμονή για 2 βράδια σε ξενοδοχείο 4* στην Αθήνα
- Πρόγευμα μπουφέ καθημερινά
- Πέντε (5) δείπνα σύμφωνα με το πρόγραμμα
- Μεταφορές και εκδρομές με πολυτελή κλιματιζόμενα πούλμαν σύμφωνα με το πρόγραμμα
- Ακτοπλοϊκά εισιτήρια για Κύθηρα
- Ακτοπλοϊκά εισιτήρια για Ελαφώνησο
- Έμπειρος αρχηγός – συνοδός καθ' όλη την διάρκεια του ταξιδιού
- Φ.Π.Α.

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- Εισιτήρια εισόδου στους χώρους επισκέψεων
- Φιλοδωρήματα και αχθοφορικά
- Ασφάλεια ταξιδιού προαιρετική
- Ότι δεν αναφέρεται ρητά στο πρόγραμμα ή αναφέρεται ως προαιρετικό ή προτεινόμενο

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΕΞΟΔΩΝ

A/A	ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ
1	Αεροπορικά Εισιτήρια με τις Κυπριακές Αερογραμμές Λάρνακα – Αθήνα – Λάρνακα (Συμπεριλαμβανομένου φόρων αεροδρομίων και επίναυλου καυσίμων)	€ 299,00
2	Διαμονή για 5 βράδια σε ξενοδοχείο 3* στη Νεάπολη (HB) – Δίκλινο Δωμάτιο	€ 186,25
3	Διαμονή για 2 βράδια σε ξενοδοχείο 4* στην Αθήνα (HB) - Δίκλινο Δωμάτιο	€ 76,50
4	Μεταφορές με πούλμαν (εκδρομές και από / προς αεροδρόμιο Αθήνας)	€ 65,50
5	Ακτοπλοϊκά εισιτήρια για Κύθηρα	€ 21,00
6	Ακτοπλοϊκά εισιτήρια για Ελαφόνησο	€ 12,00
7	Έμπειρος αρχηγός – συνοδός καθ' όλη την διάρκεια του ταξιδιού (Αμοιβή, διαμονή, σίτιση)	€ 21,75
	ΣΥΝΟΛΟ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ	€ 682,00
*8	Ασφάλεια Ταξιδιού (Προαιρετική)	€ 45,00

Άρα το συνολικό κόστος του ταξιδιού ανά άτομο είναι € 682,00. Στην τιμή αυτή, το ταξιδιωτικό γραφείο προσθέτει το κέρδος του 10% ανά άτομο, άρα € 68,20.

Επομένως:

$$\begin{aligned}
 \text{Τελική Τιμή Πώλησης} &= \text{Κόστος Ταξιδιού ανά Άτομο} + \text{Κέρδος Γραφείου} \\
 &= € 682,00 \qquad \qquad \qquad + € 68,20 \\
 &= \underline{\underline{€ 750,20}}
 \end{aligned}$$

6.3 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

Τα τουριστικά γραφεία της Κύπρου και ειδικά τα γραφεία εξερχόμενου τουρισμού αντιμετωπίζουν τα τελευταία χρόνια αρκετά προβλήματα, με αποτέλεσμα να ακολουθούν μια πτωτική πορεία και να αντιμετωπίζουν ακόμη και πρόβλημα επιβίωσης. Η εισβολή του internet στη ζωή μας είναι γνωστή την τελευταία δεκαετία καθώς και η ραγδαία αύξηση στην χρήση του λόγο κυρίως και της μείωσης της τιμής του. Αυτό που δεν προέβλεψαν όμως πολλοί και κυρίως οι αρμόδιοι φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό ήταν η απότομη εισβολή του internet στο τουριστικό κλάδο τα τελευταία 4-5 χρόνια και οι συνέπειες που επέφερε αυτό στον κύκλο εργασιών των τουριστικών γραφείων.

Το internet αρχικά χρησιμοποιήθηκε από τις επιχειρήσεις κυρίως για την ηλεκτρονική προβολή τους, παρέχοντας μέσω των ιστοσελίδων τους (Web Sites) ηλεκτρονική πληροφόρηση προς τους πελάτες τους και γενικότερα προς το ενδιαφερόμενο κοινό, σχετικά με τα βασικά στοιχεία τους καθώς επίσης και με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Αυτό αμέσως δημιούργησε τα πρώτα προβλήματα σε παραδοσιακά μικρά τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού τα οποία αρνήθηκαν να ακολουθήσουν τις νέες τεχνολογίες και την ηλεκτρονική εξέλιξη ή ακόμη ήταν αδύνατο να επενδύσουν όσα χρειαζόταν ώστε να δημιουργήσουν τις κατάλληλες ιστοσελίδες στο διαδίκτυο όπως τα μεγάλα τουριστικά γραφεία που ανταγωνίζονταν.

Στις μέρες μας όμως το internet έχει κάνει αρκετά βήματα σε σχέση με την τουριστική βιομηχανία προχωρώντας από την προβολή και προώθηση των τουριστικών προϊόντων πλέον και στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πωλήσεων. Αυτό δημιούργησε και το μεγαλύτερο πρόβλημα. Αρχικά οι πωλήσεις αυτές μέσω διαδικτύου γίνονταν κυρίως από αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρείες. Σήμερα, οι πωλήσεις αυτές αφορούν ολοκληρωμένα πακέτα, από αεροπορικά εισιτήρια, κρατήσεις σε ξενοδοχεία μέχρι και αυτοκίνητα ενοικιάσεως στον τόπο ταξιδιού. Όπως είναι λογικό, αρκετός κόσμος προτιμά αυτήν τη μέθοδο για την αγορά ενός τουριστικού πακέτου αφού είναι αρκετά πιο γρήγορη και εύκολη και χρειάζεται απλά ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής και μια πιστωτική κάρτα στο σπίτι ή οπουδήποτε αλλού για την διεκπεραίωση της.

Όπως είχαμε αναφέρει και σε προηγούμενο κεφάλαιο, τα τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού αποτελούν το συνδεδετικό (ενδιάμεσο) κρίκο μεταξύ του τουριστικού προϊόντος που ετοιμάζουν οι tour operators ή ακόμα τα ίδια τα τουριστικά γραφεία αν πρόκειται για μεγάλα γενικού τουρισμού και του πελάτη. Η ανάπτυξη και είσοδος όμως του internet στην τουριστική βιομηχανία και η βαθμιαία καθιέρωση του ως ενός νέου σημαντικού καναλιού προώθησης, διανομής και πώλησης πολλών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών έφερε και αναμένεται να φέρει αρκετές ανακατατάξεις στο ρόλο των γραφείων. Πολλά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού που είναι κυρίως

μεταπωλητές, έχασαν μέρος των εργασιών τους από το νέο ενδιαμέσο, το internet που παίρνει ολοένα τον ρόλο τους και απορροφά τους πελάτες τους. Έχουν μείνει έτσι με ένα πολύ μικρό κύκλο πελατών κυρίως του στενού φιλικού και οικογενειακού τους περιβάλλοντος που είναι αδύνατο να τους επιφέρει τα απαραίτητα για την επιβίωση τους έσοδα.

Αντίθετα όμως, αυτό έχει επιφέρει τεράστια οφέλη στον απλό πελάτη του τουριστικού προϊόντος αφού εκτός της ταχύτατης συναλλαγής, ο υψηλός ανταγωνισμός για επιβίωση μεταξύ τουριστικών γραφείων και internet έχει ως αποτέλεσμα ακόμη χαμηλότερες τιμές. Ταυτόχρονα αυτό σημαίνει και μικρότερα κέρδη για τα γραφεία. Τεράστια όμως οφέλη έχει επιφέρει το γεγονός αυτό και σε ένα μικρό αριθμό τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού τα οποία διαθέτουν τεχνογνωσία και εκμεταλλεύτηκαν τις τεχνολογικές εξελίξεις και τη δύναμη του διαδικτύου προς όφελος τους οργανώνοντας ιστοσελίδες όπου ο πελάτης μπορεί να μελετήσει τις προσφορές, να κάνει κρατήσεις ή ακόμα να αγοράσει απευθείας του τουριστικό προϊόν μέσω διαδικτύου (πρακτορεία e-tourism).

Η οικονομική κρίση στην Κύπρο δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο τον κλάδο των τουριστικών πρακτόρων εξερχόμενου τουρισμού. Ο Κύπριος μελλοντικός ταξιδιώτης μελετά πλέον αρκετά πριν πληρώσει ένα ταξίδι, συγκρίνει τιμές από διάφορα γραφεία και δύσκολα αποφασίζει. Δεν έχει την άνεση να ξοδέψει τόσα όσα τα προηγούμενα χρόνια και έχει χαμηλότερο προϋπολογισμό διαθέσιμο. Ή στην χειρότερη περίπτωση πολλοί επιλέγουν να μην ταξιδέψουν καθόλου. Έτσι τα τουριστικά γραφεία έχουν αρκετά μειωμένη δουλειά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Επίσης, οι αρμόδιοι φορείς τουρισμού της Κύπρου επικεντρώνονται και επενδύουν πλέον περισσότερο στην βελτίωση του εισερχόμενου τουρισμού ως φλέβα τόνωσης της οικονομίας, και ενδιαφέρονται λιγότερο στην εξασφάλιση συμφωνιών με άλλες χώρες για καλύτερες προσφορές προς τον Κύπριο ταξιδιώτη.

Ακόμα, υπάρχει σοβαρό πρόβλημα στην είσπραξη των χρημάτων από την πώληση του τουριστικού προϊόντος. Πολλά γραφεία στην προσπάθεια τους να επιβιώσουν και κατανοώντας τις δυσκολίες της εποχής, προσφέρουν ευκολίες πληρωμής στους πελάτες. Όπως για παράδειγμα την πώληση πακέτων με δόσεις, με μεταχρονολογημένες επιταγές ή με πολύ χαμηλές τιμές. Αυτό αργά ή γρήγορα δημιουργεί προβλήματα ρευστού στο γραφείο με αποτέλεσμα πολλές φορές να μην μπορεί αυτό με τη σειρά του να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του (μισθούς, λογιστές, πληρωμή αεροπορικών εταιρειών κλπ.). Ή πολλές φορές και προβλήματα είσπραξης από μη συνεπείς πελάτες.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μέσα από τα παραπάνω φαίνεται ξεκάθαρα ότι ο τουρισμός αναπτύχθηκε ραγδαία τον τελευταίο αιώνα και ειδικά τις τελευταίες δεκαετίες αποτελεί μια από τις σπουδαιότερες βιομηχανίες της Παγκόσμιας αγοράς. Σε σημείο μάλιστα που για πολλές χώρες αποτελεί μία από τις κυριότερες πηγές εισοδήματος ξένου συναλλάγματος. Η ανάπτυξη των σύγχρονων μεταφορικών μέσων καθώς και η επέκταση και διεθνοποίηση της υποδομής του τουρισμού οδήγησε και σε μια εντυπωσιακή αύξηση της ζήτησης με αποτέλεσμα τη σταδιακή μετατροπή του τουρισμού σε έναν τομέα με τεράστιες οικονομικές προοπτικές στον παγκόσμιο χώρο.

Τα τουριστικά γραφεία αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας. Είναι ο συνδετικός κρίκος, ο ενδιάμεσος, μεταξύ των tour operators και του τουριστικού προϊόντος με τον καταναλωτή πελάτη. Είναι το μέσο που συνδέει όλους τους τουριστικούς κλάδους. Καταναλωτές, παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και τουριστικές επιχειρήσεις και υπηρεσίες όπως αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία. Για πολλά χρόνια, αποτελούσαν το κυριότερο μέσο στο οποίο εκατομμύρια πελάτες έβρισκαν πληροφορίες και έκλειναν τα ταξίδια τους για ικανοποίηση οποιασδήποτε ανάγκης.

Η Κύπρος, λόγω της σπουδαίας γεωγραφικής της θέσης στη μέση τριών Ηπείρων, Ευρώπης, Ασίας και Αφρικής, αποτελούσε σπουδαίο τουριστικό προορισμό αλλά και πολύ καλή βάση για εξορμήσεις στο εξωτερικό. Έτσι, δεν θα μπορούσε να μην ασχοληθεί με αυτόν τον τόσο σπουδαίο κλάδο. Τα πρώτα βήματα έγιναν τη δεκαετία του 30' με ένα είδος τουριστικού γραφείου, συνέχισαν την ανάπτυξη τους με τα πρώτα ξενοδοχεία τις δεκαετίες του 40' και 50' και διακόπηκαν το 1974 με την Τουρκική εισβολή που κατέστρεψε γενικά την οικονομία της Κύπρου. Έπειτα, με τις προσπάθειες σπουδαίων προσωπικοτήτων που πίστεψαν ότι ο τουρισμός θα αποτελούσε το μέσο ανάκαμψης της οικονομίας, ο τουρισμός αποτέλεσε και αποτελεί την σπουδαιότερη βιομηχανία του νησιού.

Το κράτος στηρίζοντας αυτές τις προσπάθειες μέσω των αρμόδιων τμημάτων, βοήθησε ώστε να αναπτυχθούν σπουδαίες τουριστικές εγκαταστάσεις και υποδομές στο νησί, ισάξιες με τις πλουσιότερες χώρες προσφέροντας σπουδαίες τουριστικές υπηρεσίες στους επισκέπτες και καθιστώντας το νησί στις πρώτες προτιμήσεις αρκετών ξένων χωρών. Η φιλοξενία και το κλίμα ήταν επίσης πάρα πολύ σημαντικοί παράγοντες στην προσπάθεια αυτή. Εκτός όμως από τις εγκαταστάσεις, δημιουργήθηκαν και πάρα πολλά και οργανωμένα τουριστικά γραφεία τα οποία επιτέλεσαν με επιτυχία το εγχείρημα της προσέλκυσης όλο και περισσότερων τουριστών στο νησί.

Δεν αναπτύχθηκε όμως μόνο ο εισερχόμενος τουρισμός. Η εξέλιξη των τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού ήταν επίσης ανάλογη. Η οικονομική ευμάρεια των Κυπρίων μετά τα δύσκολα χρόνια του 1974, και η έκρηξη του τουρισμού στην Κύπρο, βοήθησαν στο να αυξηθούν σταδιακά και τα ταξίδια Κυπρίων προς το εξωτερικό. Η καλή οργάνωση και εκσυγχρονισμός των τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού στην Κύπρο όπως φαίνεται και από τα στατιστικά στοιχεία του Κεφαλαίου 5, αύξαναν συνεχώς τους εξερχόμενους τουρίστες, ειδικά από το 2005-2010. Κυριότεροι προορισμοί η Ελλάδα και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Παρόλα αυτά, η οικονομική κρίση της Ευρώπης από το 2010 και κυρίως η οικονομική κρίση της Κύπρου το 2013 που έφερε και την κατάρρευση σχεδόν του τραπεζικού συστήματος, επέφεραν πτωτική πορεία στον εξερχόμενο τουρισμό και επηρέασαν αρνητικά τις εργασίες των γραφείων. Οι κάτοικοι Κύπρου, ειδικά κατά τους πρώτους μήνες του πανικού της κρίσης, ούτε καν που περνούσε από το μυαλό τους για ταξίδια και διακοπές ενώ στη συνέχεια όταν ξεπεράστηκε το πρώτο σοκ, έγιναν πολύ πιο δύσκολοι στις αποφάσεις τους και ο διαθέσιμος προϋπολογισμός για τα ταξίδια είναι πλέον αρκετά πιο χαμηλός και για πολύ κοντινούς προορισμούς όπως η Ελλάδα.

Φυσικά, αν παρακολουθήσει κανείς το ποσοστό μείωσης των εξερχόμενων τουριστών να ανέρχεται περίπου στο 10% αντιλαμβάνεται αμέσως ότι και πάλι τα τουριστικά γραφεία και αρμόδιοι τουριστικοί φορείς έχουν καταφέρει να μειώσουν στο ελάχιστο τη ζημιά από την κρίση αναλογιζόμενοι πάντοτε τις δυσκολίες της εποχής με ανεργία να ανέρχεται στο 27%. Σε αυτό βοήθησε και το γεγονός ότι παρόμοια κρίση αντιμετωπίζουν και πολλές γειτονικές χώρες όπως Ελλάδα, Ισπανία, Πορτογαλία και Ιταλία, με αποτέλεσμα την μείωση των τιμών στους προορισμούς αυτούς που σε συνδυασμό με τις υψηλές τιμές της Κύπρου έκαναν αρκετούς να επιλέξουν τις διακοπές στο εξωτερικό παρά στην Κύπρο.

Κι όμως, αυτό είναι εικονικό και δεν συμφωνεί με την πραγματικότητα. Γιατί στην προσπάθεια τους τα γραφεία να κερδίσουν τους πελάτες και να τους προσελκύσουν με τα πακέτα τους, έχουν χαμηλώσει σε επικίνδυνο σημείο το κέρδος τους. Ακόμη οι ευκολίες πληρωμής είτε με δόσεις είτε με μεταχρονολογημένες επιταγές δημιουργούν πρόβλημα ρευστότητας και προβλήματα να πληρώσουν αυτά με τη σειρά τους λογαριασμούς, μισθούς και τουριστικά προϊόντα από τις διάφορες εταιρείες και tour operators.

Η κρίση όμως δεν αποτελεί το μεγαλύτερο πρόβλημα των τουριστικών γραφείων εξερχόμενου τουρισμού της Κύπρου. Το internet έχει μπει για τα καλά στη ζωή μας, και όπως έχει επιδράσεις σε όλους τους τομείς τις βιομηχανίας, δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο τον τουριστικό τομέα. Έτσι από μέσο χρήσης για διαφήμιση και προώθηση των τουριστικών πακέτων, μέσο προβολής των τουριστικών θέρετρων και αεροπορικών ή ακτοπλοϊκών εταιρειών, έχει προαχθεί και σε μέσο διεκπεραίωσης

συναλλαγών που αφορούν τουριστικά πακέτα και υπηρεσίες. Το γεγονός αυτό δημιουργεί ανταγωνισμό και παραγκωνίζει τον ρόλο των παραδοσιακών τουριστικών γραφείων τα οποία ολοένα και περισσότερο έχουν αρχίσει να χάνουν σημαντικό μερίδιο της τουριστικής αγοράς.

Αφού οι περισσότεροι θα χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο το internet ως το πιο απλό και αποτελεσματικό μέσο για να σχεδιάσουν τις διακοπές τους, λίγοι μόνο θα μείνουν να εξυπηρετούνται από τα παραδοσιακά τουριστικά γραφεία. Και αυτό το μικρό μερίδιο της αγοράς που θα μείνει στα τουριστικά γραφεία, δεν είναι παρά μια προσωρινή ανάσα για αυτά. Επομένως, δεν είναι σίγουρο το μέλλον των τουριστικών γραφείων αφού τα δεδομένα αλλάζουν συνεχώς και πρέπει ο κάθε τουριστικός πράκτορας να είναι ικανός να προσαρμόζεται σε οποιαδήποτε αλλαγή.

Κλείνοντας, θα ήθελα να πω ότι ναι μεν η περίοδος αυτή είναι πολύ δύσκολη για τα τουριστικά γραφεία της Κύπρου όμως η άποψη μου είναι ότι θα υπάρξουν και πάλι καλές μέρες. Αν στηριχτούν πρώτα απ' όλα μέσω κάποιων υποστηρικτικών μέτρων από την πολιτεία σαν πρώτη φάση ώστε να περάσουν ακόμα μερικούς μήνες μέχρι να υπάρξει ανάκαμψη στην οικονομία τότε σίγουρα θα βρεθούν λύσεις. Ας μην ξεχνάμε ότι μιλάμε για τα μέσα μετάδοσης του προϊόντος της μεγαλύτερης βιομηχανίας της Κύπρου. Άλλωστε, ο τουρισμός αποτελεί για άλλη μια φορά το κυριότερο μέσο για αντιμετώπιση της κρίσης.

Για να γίνει όμως αυτό πρέπει ο κάθε τουριστικός πράκτορας να αποκτήσει νέο όραμα και να φέρει νέες ιδέες στο γραφείο του. Το προσωπικό των τουριστικών γραφείων της Κύπρου είναι τόσο εκπαιδευμένο και έμπειρο μέσα από όλα αυτά τα χρόνια τριβής τόσο με τον ντόπιο όσο και με τον ξένο τουρίστα που μπορεί να αντεπεξέλθει. Πρέπει το τουριστικό γραφείο να ξεφύγει από το παραδοσιακό μοτίβο του και να αφεθεί να ακολουθήσει τις διάφορες αλλαγές, οικονομικές και τεχνολογικές, να αλλάξει τρόπο λειτουργίας, να ενημερώνεται συνεχώς και να εκσυγχρονιστεί. Να προτάξει το δυνατό του όπλο, της άμεσης εξυπηρέτησης του πελάτη μέσω των ανθρώπινων σχέσεων και επαφών που δεν είναι απρόσωπες προσελκύοντας και πάλι σιγά σιγά τους πελάτες να προτιμήσουν τα γραφεία παρά το διαδίκτυο για τις συναλλαγές του.

Είναι αλήθεια ότι το διαδίκτυο δεν μπορεί να εξαλειφτεί. Και αφού δεν μπορεί να εξαλειφτεί, με έξυπνες κινήσεις πρέπει να αποτελέσει σύμμαχο των τουριστικών γραφείων ώστε να μην αποτελεί κύριο ανταγωνιστή τους. Η θέση της Κύπρου είναι τόσο σπουδαία που τα τουριστικά γραφεία πάντοτε θα βρίσκονται υπό εξέλιξη. Φτάνει να γίνονται οι σωστές προβλέψεις από τους τουριστικούς πράκτορες ώστε να βρίσκονται πάντοτε ένα βήμα μπροστά από κάθε ανταγωνιστή τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**ΒΙΒΛΙΑ:**

- ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ Μ. (2001), *ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ (Incoming & Outgoing), Management & Λειτουργία – Εκδόσεις Προπομπός*
- ΧΥΤΗΡΗΣ Λ. (1995), *ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία) – Εκδόσεις Προπομπός*
- ΛΑΛΟΥΜΗΣ Δ. & ΡΟΥΠΙΑΣ Β. (1998), *ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – Εκδόσεις Α. Σταμούλης*
- ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α. (2007), *ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ (Προγραμματισμός Ταξιδιού & Σύνθεση Τουριστικών Πακέτων)*
- ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ Ν., ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ Κ., ΛΥΤΡΑΣ Π. (1999) *ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ*
- ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ (2005-2006) – *ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ Τ.Ε.Ι. ΗΠΕΙΡΟΥ, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑΣ, ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ*

ΕΡΕΥΝΕΣ:

- *ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2010, ΣΕΙΡΑ II, ΑΡ. ΕΚΘΕΣΗΣ 8*
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΚΥΠΡΟΥ – ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
- *ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2011, ΣΕΙΡΑ II, ΑΡ. ΕΚΘΕΣΗΣ 233*
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΚΥΠΡΟΥ – ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
- *ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2012-2013*
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΚΥΠΡΟΥ – ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ - ΑΡΘΡΑ:

- *INBUSINESS NEWS* – Μαρία Πηλείδου, 4 Ιουλίου 2013
- *Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ* – Μάριος Αδάμου, 19 Ιουλίου 2012
- *STOCKWATCH* – Ηρώ Ευθυμίου, 17 Αυγούστου 2010
- *TRAVELDAILYNEWS* – Θεοδωρής Κουνέλης, 7 Φεβρουαρίου 2006
- *BHMAGAZINO* – Μαρία-Αγγελική Παπαδοπούλου, 23 Νοεμβρίου 2003

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ:

- www.louiscruises.com
- www.visitcyprus.biz
- www.wikipedia.org
- www.businessincyprus.gov.cy
- www.acta.org.cy
- www.iata.org
- www.eot.gr
- www.traveldailynews.gr
- www.amathusetravel.com
- www.royalholidays.com.cy

