



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**ΔΗΜΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΡΩΣΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΡΕΥΝΑ ΜΕΤΑΞΥ
ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ ΚΑΙ ΡΩΣΙΑΣ**

Υποβληθείσα στο καθηγητή: Γιώργος Απλαδάς

από τον

σπουδαστή Γκουβίρ Βίκτορ – ΑΜ: 5235

©

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2015

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
ABSTRACT	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Η οργάνωση για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος	8
1.1. Ανάλυση της κατάστασης στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα	8
1.1.1. Διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς	10
1.1.2. Τουρισμός στην Ελλάδα.....	12
1.2. Η δομή του τουριστικού προϊόντος	14
1.3. Ιδιότητες των καταναλωτών του τουριστικού προϊόντος και η τεχνολογία του.....	21
1.3.1. Τεχνολογία για την δημιουργία του τουριστικού προϊόντος.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Οργάνωση "χειμερινού" ταξιδιού στην Κέρκυρα	25
2.1. Γενικές πληροφορίες για την Κέρκυρα	25
2.2. Προσανατολισμός του τουριστικού προϊόντος	27
2.2.1. Ανάπτυξη συγκεκριμένων τουριστικών προϊόντων (πακέτων).....	29
2.2.2. Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος της Κέρκυρας.....	30
2.3. Η ανάλυση της υποδομής για ταξίδια	31
2.3.1. Ανάλυση και επιλογή των κατάλληλων αεροπορικών εταιρειών.....	32
2.3.2. Η μεταφορά των τουριστών.	33
2.3.3. Συνεργασία με ξενοδοχειακές μονάδες	33
2.3.4. Παρέχει Ασφάλεια και ενημέρωση κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. ...	37
2.4. Χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.....	38
2.5. Υπολογισμός κόστους των ταξιδιών (πακέτων).....	49
2.5.1. Θρησκευτικό ταξίδι (Πίνακας 8).	50
2.5.2. Ρομαντικό ταξίδι (Πίνακας 9).	51
2.5.3. Εκπαιδευτικό ταξίδι (για μαθητές) (Πίνακας 10).	52
2.6. Στρατηγική πωλήσεων	53
2.6.1. Στρατηγική πωλήσεων τουριστικού προϊόντος στην Κέρκυρα	54
2.7. Κίνδυνοι που σχετίζονται με την πώληση του ανεπτυγμένου τουριστικού προϊόντος	58
2.7.1. Πιθανοί κίνδυνοι των τουριστικών προϊόντων στην Κέρκυρα.....	59

Κεφάλαιο 3. Ενδεικτικά δήγματα διαφημιστικών φυλλαδίων για κάθε προτεινόμενο πακέτο	60
3.1. Ρομαντικό ταξίδι "Ζώντας ένα ελληνικό μύθο"	61
3.2. Θρησκευτικό ταξίδι "Ιερούς τόπους της Κέρκυρας"	62
3.3. Εκπαιδευτικό ταξίδι "Μαθαίνοντας και βλέποντας το παρελθόν μας"	63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	65
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	67

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1: Τουριστική αγορά.....	8
Σχεδιάγραμμα 2: Η διαδικασία της παράδοσης του τουριστικού προϊόντος στον καταναλωτή - ο τουρίστας.....	9
Σχεδιάγραμμα 3: Διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς	11
Σχεδιάγραμμα 4: Η δομή του τουριστικού προϊόντος	16
Σχεδιάγραμμα 5: Τεχνολογία για την δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος	24
Σχεδιάγραμμα 6: Υποδομή του ταξιδιού	31
Σχεδιάγραμμα 7: σχέδιο-χάρτης των δρομολογίων.....	40
Σχεδιάγραμμα 8: Σχέδιο πώλησης του τουριστικού προϊόντος	56
Σχεδιάγραμμα 9: Συνεργασία μεταξύ τουριστικού πράκτορας και ταξιδιωτικός πράκτορας.....	57

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Η δομή του τουριστικού προϊόντος με βάση πίνακας.....	19
Πίνακας 2: Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος της Κέρκυρας	30
Πίνακας 3: Επιλογή της αεροπορικής εταιρείας για συνεργασία	32
Πίνακας 4: Επιλογή του καταλύματος για την οργάνωση της εκδρομής για τους μαθητές στην (Κέρκυρα)	34
Πίνακας 5: Επιλογή του ξενοδοχείου για την οργάνωση του ταξιδιού για τους μαθητές (Περιοχή-Παλαιοκαστρίτσα).....	34

Πίνακας 6: Επιλογή του ξενοδοχείου για την οργανώσει ρομαντικού ταξιδίου	35
Πίνακας 7: Επιλογή ξενοδοχείου για την οργάνωση τα θρησκευτικά ταξίδια	36
Πίνακας 8 Η λεπτομερή δομή του τουριστικού προϊόντος	41
Πίνακας 9: Κοστολόγηση για το θρησκευτικό ταξίδι	50
Πίνακας 10: Κοστολόγηση του ρομαντικού ταξιδίου	51
Πίνακας 11: Κοστολόγηση του εκπαιδευτικού ταξιδίου	52
Πίνακας 12: Στρατηγική πωλήσεων τουριστικού προϊόντος στην Κέρκυρα	54
Πίνακας 13: Πιθανοί κίνδυνοι των τουριστικών προϊόντων στη Κέρκυρα	59

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Με την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας γίνεται μια προσπάθεια ανάδειξης νέων τουριστικών πακέτων με σκοπό την πόλωση στην ρωσική τουριστική αγορά για λογαριασμό της ταξιδιωτικής εταιρίας «Beleon Tours». Με βάση την αξιοποίηση όλων των δεδομένων που διαθέτουμε μέχρι σήμερα τα είδη υπάρχοντα τουριστικά πακέτα δεν ενθαρρύνουν της επισκέψεις κατά την διάρκεια την χειμερινή σεζόν. Πιο συγκεκριμένα στην παρούσα πτυχιακή εργασία δίνετε έμφαση στην δημιουργία τριών νέων προτεινομένων τουριστικών πακέτων.

Ο κύριος στόχος της ενασχόλησης με το θέμα αυτό είναι η δημιουργία τριών νέων τουριστικών προϊόντων (πακέτα) τα όπια είναι: Α) «Εκπαιδευτικά ταξίδια» Β) «Ρομαντικά ταξίδια» και Γ) «θρησκευτικά ταξίδια» για την χειμερινή σεζόν στο νησί της Κέρκυρας. Η επίτευξη του στόχου αυτού θα προσελκύσει νέους πελάτες (τουρίστες) για την εταιρεία αλλά και για τον τουρισμό του νησιού.

Για την υλοποίηση των προαναφερθέντων στόχων απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ανάπτυξη μιας δομής για το τουριστικό προϊόν. Εν συνεχεία δημιουργήσει μια στρατηγική για την προώθηση τουριστικών προϊόντων για την επιτυχία της τουριστικής αγοράς. Τέλος, Ανάπτυξη ειδικές τουριστικής προσφοράς για το παραδοσιακό νησί της Κέρκυρας σε μη τουριστική περίοδο για το νησί από τις αρχές Νοεμβρίου έως τα τέλη Απριλίου.

ABSTRACT

With the preparation of this thesis is made an effort to promote of new tourist packages with purpose of selling them to the Russian tourist market on behalf of travel company «Beleon Tours». Based on all available existing tourism packages until today do not encourage the visits during the winter season. More specifically the thesis gives emphasis on the creation of three new proposing tourism packages.

The main goal of this occupation with this topic is the creation of three new tourist products (packages) which are: A) " Educational tours" B) "Romantic travel" and C) "religious trip" for the winter season on the island of Corfu. Achieving this goal will attract new customers (tourists) for the company but also for tourism of the island.

For the realization of above goal an essential requirement is the development of a structure for the tourism product. Then create a strategy to promote tourism products for the success of the tourism market. Finally, development of special tourist offer for the traditional island of Corfu in non tourist season for the island from early November to late April.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός παρουσιάστηκε ως όργανο για παραγωγή εργασίας, μείωση της φτώχειας και της βιώσιμης ανθρώπινης ανάπτυξης. Ο τουρισμός προωθεί την κατανόηση των ανθρώπων και ανθρωπίνων σχέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ παράλληλα δίνει τη δυνατότητα για προώθηση των τοπικών εθίμων, τεχνών και παραδόσεων του προορισμού. Παράλληλα, αποτελεί ένα απαραίτητο τμήμα της οικονομικής δραστηριότητας της κάθε χώρας που τον αναπτύσσει, ιδιαίτερα σε σχέση με την αύξηση του συναλλάγματος, την παραγωγή επιπρόσθετου εισοδήματος και τη δημιουργία εργασιακών ευκαιριών.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη μιας σωστά οργανωμένη τουριστικής αγοράς, που ορίζουμε ουσιαστικά ένα σύστημα σχέσεων (οικονομικών, κοινωνικών, νομικών) που θα συνδέει τουριστικών προϊόντων των παραγωγών και των καταναλωτών που ενδιαφέρονται για ένα ορισμένο είδος των τουριστικών υπηρεσιών.

Το τουριστικό πακέτο είναι ένα πολύ σημαντικό μέρος του τουρισμού καθώς είναι ο συνδυασμός των αγαθών και των υπηρεσιών που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν.

Η έννοια του τουριστικού προϊόντος βασίζεται σε ένα σύνολο υπηρεσιών που παρέχονται από της εταιρείες (πρακτορεία, ξενοδοχεία, εστιατόρια, αεροπορικές εταιρείες, κ.α.) προς τους πολίτες (τουρίστες) κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους και είναι πληρωμένο από αυτούς.

Σύμφωνα με το διεθνές ταξιδιωτικό λεξικό της ακαδημίας τουρισμού του Μονακό το πακέτο τουρισμού ορίζεται ως το ατομικό η και το ομαδικό ταξίδι ή περιοδεία που οργανώνεται από πρακτορείο ταξιδιών στα πλαίσια μίας γενικότερης συμφωνίας και χρέωσης που καλύπτει όλες τις υπηρεσίες.

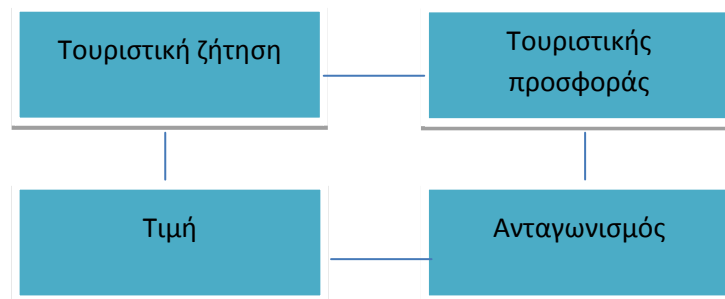
Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από τον Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση της λίστας του κόσμου των χωρών με τον εισερχόμενο τουρισμό. Κάθε χρόνο την επισκέπτονται περισσότερο από 19 εκατομμύρια τουρίστες, φέρνοντας περίπου 15% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας. Ο τουρισμός είναι μια σημαντική πηγή χρηματικών εισροών προς τη χώρα (περίπου 60%), συνεπώς οι τουριστικοί πράκτορες στην προσπάθειά τους να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη προωθώντας τον χειμερινό τουρισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Η οργάνωση για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος

1.1 Ανάλυση της κατάστασης στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα

Τουρισμός: το πεδίο των δραστηριοτήτων παροχής υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, αναψυχή, ψυχαγωγία, πολιτιστικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες και πνευματική γνώση.

Τουριστική αγορά ορίζετε ένα σύστημα σχέσεων (οικονομικών, κοινωνικών, νομικών) που θα συνδέει τουριστικών προϊόντων των παραγωγών και των καταναλωτών που ενδιαφέρονται για ένα ορισμένο είδος των τουριστικών υπηρεσιών. Η αγορά αυτή παρουσιάζεται με τη μορφή της αλληλεπίδρασης των τεσσάρων βασικών στοιχείων: (Σχεδιάγραμμα 1.) (Ηγουμενάκης Ν. 1996)



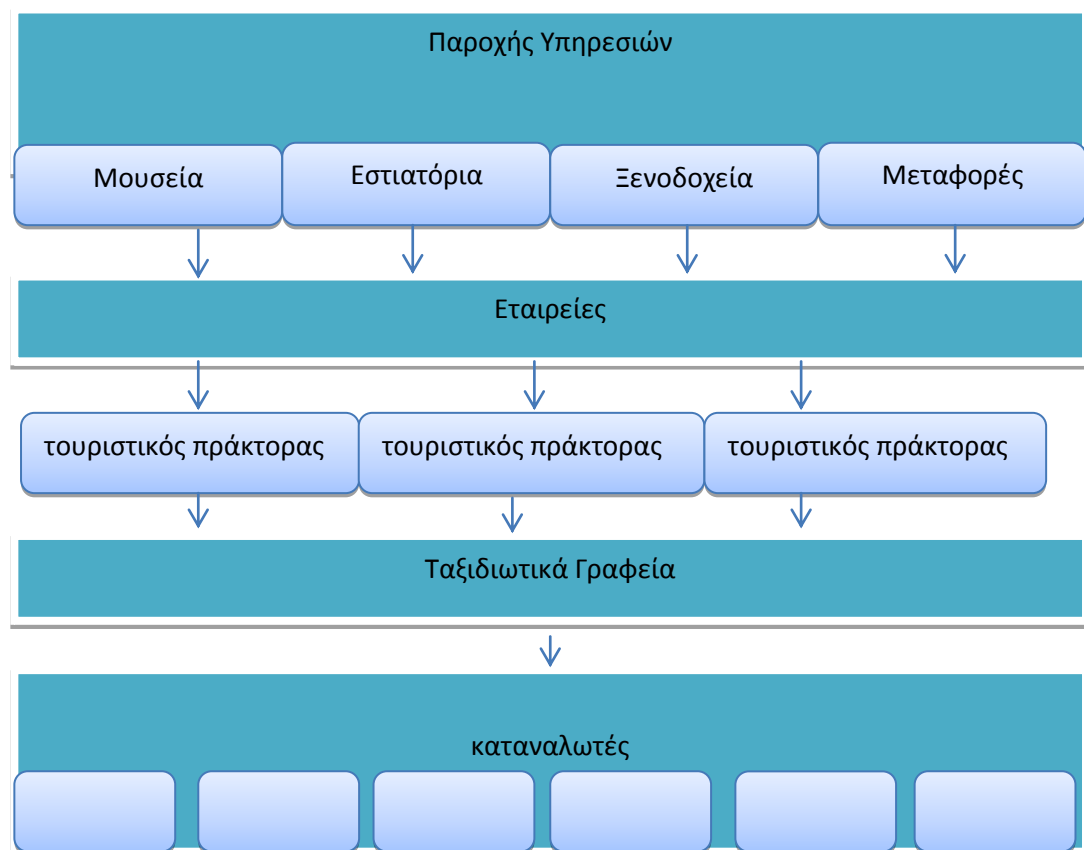
Σχεδιάγραμμα 1: Τουριστική αγορά

Η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και τα στάδια σχηματισμού του πακέτου, την παροχή βασικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών καθιστούν την τεχνολογία των τουριστικών υπηρεσιών, δηλαδή η παραγωγή ενός συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των τουριστικών υπηρεσιών.

Σχηματισμός του τουριστικού προϊόντος αποτελείται από ένα πλήθος των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών που έχουν άμεση σχέση με τους ανθρώπους που παρέχουν της υπηρεσίες για τις διακοπές και τα ταξίδια. Αυτές περιλαμβάνουν τις εταιρείες μεταφορών, catering, ξενοδοχεία, αξιοθέατα και εκπαιδευτικούς οργανισμούς, επιχειρήσεις τυχερών παιχνιδιών, αθλητισμός και κέντρα οργάνωσης σπα, και ούτω καθεξής.

Η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και ο σχηματισμός του πακέτου γίνονται από τον ταξιδιωτικό πράκτορα.

Η διαδικασία προώθησης τουριστικών υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή: αυτή η διαδικασία είναι έμμεση. Κατά τη διαδικασία της προώθησης τουριστικών υπηρεσιών ολοκληρώνονται στο τουριστικό προϊόν μέσω ενός τουριστικού πράκτορα και μέσω του συστήματος διανομής (ταξιδιωτικού γραφείου) φτάνουν στον καταναλωτή. (Σχεδιάγραμμα 2)



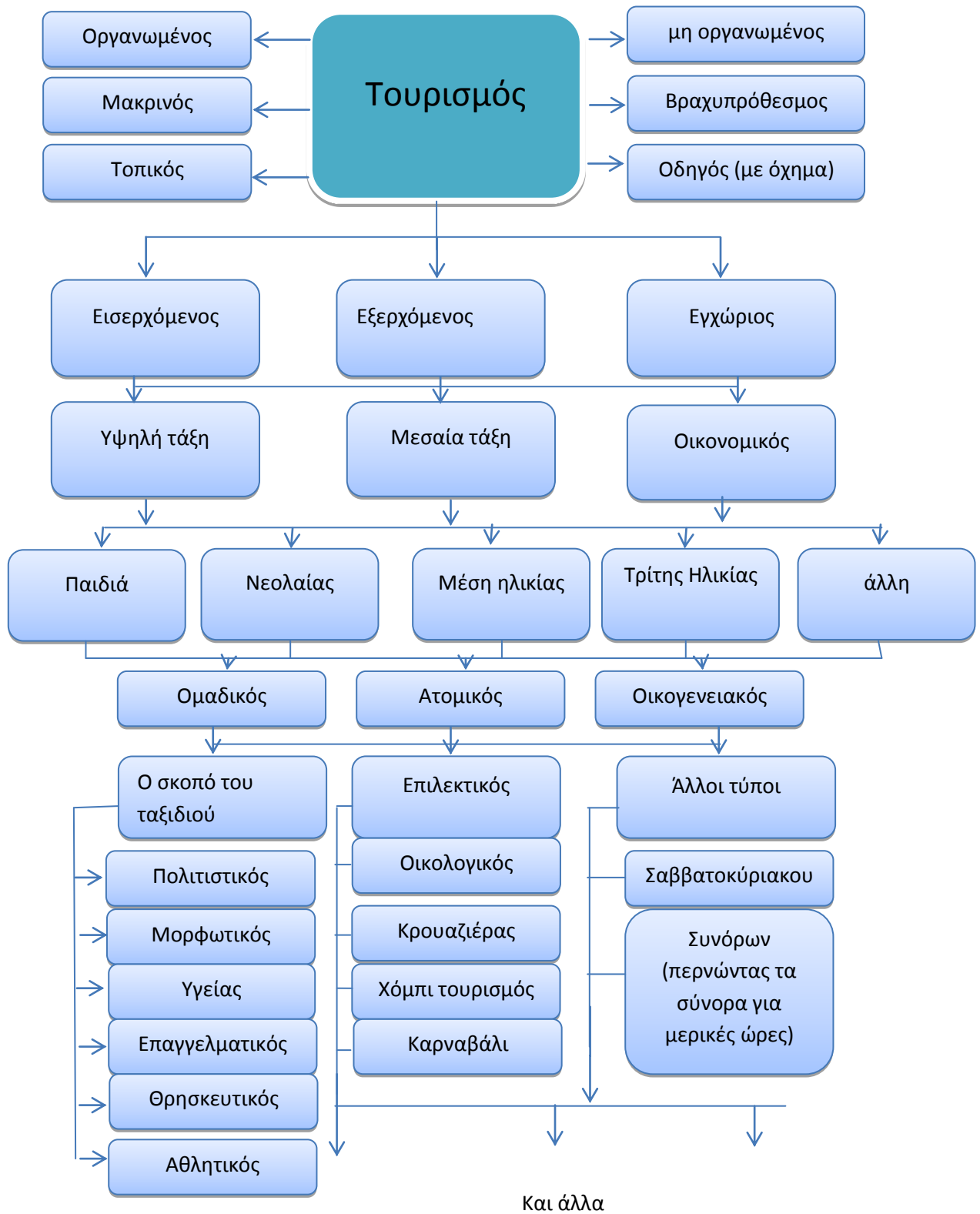
Σχεδιάγραμμα 2: Η διαδικασία της παράδοσης του τουριστικού προϊόντος στον καταναλωτή - ο τουρίστας

1.1.1. Διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς

Όλα τα είδη των προτάσεων για την τουριστική αγορά θα πρέπει να προσανατολίζονται σε ένα συγκεκριμένο καταναλωτή, στις επιθυμίες του, στις προτιμήσεις του και στο στόχο του ταξιδιού. Η προτιμήσεις των τουριστών μπορούν να διαφέρουν. Αυτό εξαρτάται από την οικονομική τους κατάσταση, τον τρόπο ζωής, την ηλικία, τη σύνθεση της οικογένειας και από πολλούς άλλους παράγοντες. Ο σκοπός του Ταξιδιού σε διαφορετικούς ανθρώπους είναι διαφορετικός: κάποιος πηγαίνει για χαλάρωση δίπλα στο νερό, κάποιος προτιμά να ασχοληθεί με την ορειβασία η κάποιος για εκμάθηση της Αγγλικής γλώσσας, κάποιος ενδιαφέρεται για τα αξιοθέατα και τα μουσεία, και κάποιος επιθυμεί μόνο διασκέδαση.

Ο σκοπός της διαφοροποιήσει της τουριστικής αγοράς είναι η δημιουργία ενός ειδικού τουριστικού πακέτου με διάφορες υπηρεσίες. Είναι επίσης σημαντικό να έχουμε μια ιδέα για της παραδόσεις και τις συνήθειες των εισερχόμενων τουριστών για την καλύτερη εξυπηρέτηση. (Σχεδιάγραμμα 3)

<http://schoolpress.sch.gr/tourismosveria/τουρισμος-η-εννοια/ειδη-και-μορφες-τουρισμου/> , <http://tourlib.net>



Σχεδιάγραμμα 3: Διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς

1.1.2. Τουρισμός στην Ελλάδα

Ελλάδα είναι ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο. Κάθε χρόνο την επισκέπτονται περισσότεροι από 19 εκατομμύρια τουρίστες, φέρνοντας περίπου 16% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από τον Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση της λίστας του κόσμου των χωρών με τον εισερχόμενο τουρισμό. Ο τουρισμός είναι μια σημαντική πηγή χρηματικών εισροών προς τη χώρα (περίπου 60%).
<http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=393636>,

Ολοένα και αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών και η απαίτηση τους αντίστοιχα οι επιχειρηματίες πρέπει να εφαρμόσουν νέα έργα και να βελτιώσουν της υποδομές. Περίπου το 85% των τουριστών προέρχονται από τη Δυτική Ευρώπη: το 21,2% από το Ηνωμένο Βασίλειο, το 17,5% από την Γερμανία, το 8,8% από την Ιταλία, το 5,3% από την Γαλλία, το 5,2% από την Ολλανδία και 7,5% από τη Σκανδιναβία. Ένας αυξανόμενος αριθμός των τουριστών από την Ανατολική Ευρώπη και την Κίνα, προτιμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Αυτό επεκτείνει το φάσμα των χωρών από τις οποίες προέρχονται οι τουρίστες, και δημιουργεί νέες απαιτήσεις για την παροχή υπηρεσιών.

Όσο για τους τουρίστες από την Ρωσία, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Πρεσβείας της Ελλάδας στην Ρωσία κατά την περίοδο 2013 από τους τουρίστες της Ρωσίας σημειώθηκε απότομη αύξηση του ενδιαφέροντος προς Ελλάδα. Τώρα η χώρα είναι ένα βήμα πιο μπροστά από άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς σχετικά με τους δείκτες, όπου φαίνεται μεγάλος όγκος κυκλοφορίας από τις περιφέρειες σε μεγάλες πόλεις, ο αριθμός των θεωρήσεων που εκδίδονται, καθώς και η συνολική αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Ο αριθμός αυτός υπολογίζεται στα 37% παραπάνω, με τα παρόμοια στοιχεία για τους πρώτους επτά μήνες του περασμένου έτους (2012). Το 2014 υπήρχε μια μικρότερη αφήξει τουριστών από την ρώσικη αγορά, λόγω της πτώχευση πολλών μεγάλων τουριστικών πρακτορείων και στην υποτίμηση του ρουβλιού σε συναλλαγματική ισοτιμία. Από την μεριά της Ελλάδας προετοιμάζουν μεγάλες εκπτώσεις των ξενοδοχείων με στόχο να αναθερμάνουν τις κρατήσεις στην ρωσική αγορά, έτσι το 2015 προβλέπετε αύξηση του αριθμού των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα, διότι θα υπάρχουν χαμηλότερες τιμές και οι ρώσοι τουρίστες επιθυμούν να περάσουν της διακοπές τους στην Ελλάδα.
http://www.greekblue.ru/artman/publish/article_192.shtml

Οι λόγοι για την αύξηση της τουριστικής ροής:

- 1) Παραδοσιακές διακοπές στην Τουρκία με σύστημα «all inclusive» γίνεται όλο και λιγότερο δημοφιλής.
- 2) Προξενικές υπηρεσίες της Ελλάδας, τώρα εκδίδουν πολύ πιο γρήγορα τις θεωρήσεις,
- 3) Ξενοδόχοι της χώρας έχουν κάνει εκπτώσεις ανά διαμονής κατά 5-15% σε σχέση με πέρυσι.

Κατά τα επόμενα χρόνια η θέση της Ρωσικής τουριστικής βιομηχανίας η Ελλάδα σχεδιάζει να την ενισχύσει. Βοηθώντας για την αποκατάσταση μιας ευνοϊκής εικόνας για την Ελλάδα, παρά τα γεγονότα που συμβαίνουν στην χώρα (οικονομική κρίση) τα ρωσικά μέσα ενημέρωσης δίνουν προσοχή όλο και περισσότερο στα μοναδικά χαρακτηριστικά της χώρας, η οποία θα προσελκύσει όλο και περισσότερους Ρώσους.

Το μεσογειακό κλίμα της Ελλάδας είναι ιδανικό για τουρισμό κατά την διάρκεια όλο το χρόνο, όπως στην ηπειρωτική χώρα έτσι και στα νησιά. Ωστόσο, οι τουρίστες προσελκύονται να επισκεφτούν τη χώρα μόνο κατά την περίοδο Μάιο μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου. Σε πολλούς τουρίστες υπάρχει το στερεότυπο ότι η Ελλάδα είναι απλά ένας προορισμός για διακοπές στην παραλία. Φυσικά, η θάλασσα της Ελλάδας έχει την ιδιότητα της «Γαλάζιας Σημιαίας», δηλαδή πολύ καθαρή θάλασσα. Όμως, το κολύμπι στα κρυστάλλινα νερά της θάλασσας και απολαμβάνοντας τον ήλιο, οι τουρίστες δεν έχουν ιδέα τι κρύβει στην πραγματικότητα Ελλάδα. Επίσης το σφάλμα των τουριστικών οργανισμών είναι ότι τα ταξίδια στην Ελλάδα διαφημίζονται μόνο ως ένα παραθαλάσσιες διακοπές σε μια "all inclusive" ξενοδοχειακή μονάδα. Χρειάζεται να αλλάξει αυτό το στερεότυπο. Ο λόγος είναι ότι αυτή η χώρα έχει μια τόσο πλούσια ιστορία που δεν συγκρίνεται με καμία άλλη χώρα στον κόσμο.

Όμορφα τοπία, κτίρια, εκκλησίες, τα αξιοθέατα και την περίφημη φιλοξενία - όλα αυτά κάνει την Ελλάδα μοναδική χώρα.

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της χώρας είναι μια προτεραιότητα - η δημιουργία των υποδομών για ένα δυναμικό, σταθερό τουρισμό για όλο το χρόνο, για να καλύψουν τις αυξανόμενες και της ποικίλες ανάγκες του 21ου αιώνα.

<http://www.kathimerini.gr/788061/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/metra-gia-epimhkyntsh--ths-toyristikhs-sezon-proteinoy-n-oi-3enodoxoi>

Μαζί με την οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη της Ελλάδας, είναι αναγκαίο παράλληλα να αναπτυχθούν και οι ταξιδιωτικές εταιρείες (τουριστικοί πράκτορες), που χρησιμοποιούν αυτή τη μέθοδο για την προσέλκυση τουριστών, όπως η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων (ειδικά για την "Χειμερινή Ελλάδα". Πρόκειται για τομείς όπως: ιατρικούς, θρησκευτικούς, γεωργίας, περιβάλλοντος, καρναβάλι και άλλες μορφές τουρισμού. <http://www.e-travelnews.gr/touristikos-epiheirhseis-kai-diaheirish-krisewn/>

Αυτή η εργασία παρουσιάζει την ανάπτυξη τριών τουριστικών πακέτων για την προσέλκυση Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα, και συγκεκριμένα στο νησί της Κέρκυρας από τις αρχές Νοεμβρίου έως τα τέλη Απριλίου.

Στη δημιουργία αυτού του τουριστικού προϊόντος, θα έχει τουλάχιστον 5 πλεονεκτήματα:

- 1) η θερμοκρασία την περίοδο Νοέμβριο μέχρι Απρίλιο είναι 15-20°C.
- 2) ένα άνετο κλίμα για όλους και για τον καθένα όλο το χρόνο
- 3) ασφάλεια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (ποιότητα των συγκοινωνιακών συνδέσεων)
- 4) φιλοξενίας και σεβασμού
- 5) υψηλό επίπεδο υπηρεσιών με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Κέρκυρα ως τουριστικός προορισμός το προϊόν αυτό επιλέγεται σε αυτήν την πτυχιακή εργασία, επειδή έχει ένα τεράστιο αριθμό από τουριστικούς λόγους για να προσελκύσει τουρίστες διαφορετικής ηλικίας, με διαφορετικά συμφέροντα, στάσεις, επιθυμίες και στόχους ανάπαυσης

1.2 Η δομή του τουριστικού προϊόντος

Προτού αρχίσει να δημιουργήσει κάποιος ένα τουριστικό προϊόν, θα πρέπει να κατανοηθεί η έννοια του "τουριστικού προϊόντος" και η δομή του.

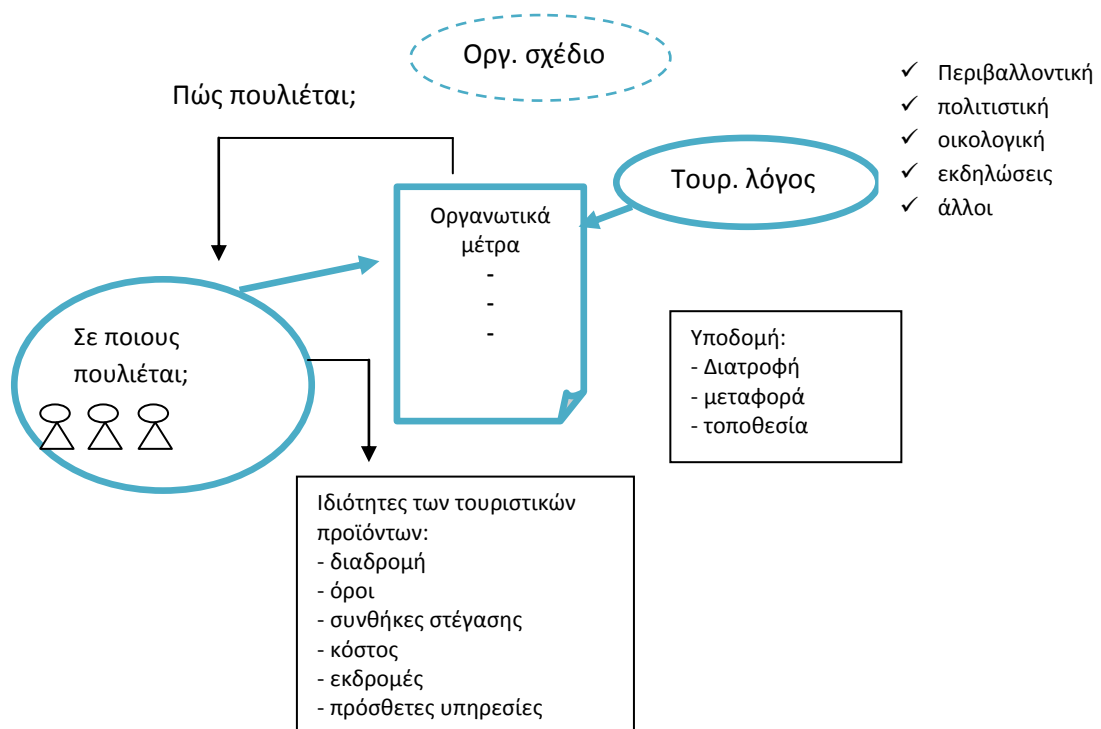
Τουριστικό προϊόν: είναι κάθε υπηρεσία που ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και είναι πληρωμένο από αυτούς. (*Doswell 2002:63*) Η επιτυχία της κάθε επιχείρησης στην αγορά εξαρτάται κατά κύριο λόγο από την ελκυστικότητα του προϊόντος που παράγεται. Αποτελεί το κύριο μέρος του μίγματος μάρκετινγκ, η οποία δεσμεύει όλα τα άλλα στοιχεία: την τιμή, την προώθηση και τη διανομή στην αγορά. Τουριστικό προϊόν – είναι ένα σύνολο υπηρεσιών που παρέχονται από της τουριστικές εταιρείες και της εταιρείες εκδρομών προς τους πολίτες (τουρίστες). <http://tourlib.net>

Τουριστικό προϊόν κατά την ίδια στιγμή είναι ένα πολύ περίπλοκο σύνολο ετερόκλητων στοιχείων:

- 1) η κύρια ιδέα των τουριστικών προϊόντων είναι ο τουριστικός λόγος που καθορίζει το πρόβλημα του καταναλωτή σχετικά με το ταξίδι του.
- 2) φυσικοί πόροι (αέρας, νερό, ήλιο, τοπία, κλπ.) ιστορικά, πολιτιστικά και αρχιτεκτονικά αξιοθέατα που μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες και να τους ενθαρρύνουν να κάνουν το ταξίδι.
- 3) εξοπλισμός (τα τουριστικά καταλύματα, εστιατόρια, Εξοπλισμός για αναψυχή και άθληση, και ούτω καθεξής), η οποία από μόνη της δεν είναι ένας παράγοντας για την παροχή κινήτρων για ταξίδια, αλλά σε περίπτωση απουσίας του υπάρχουν πολλά εμπόδια για να πραγματοποιηθεί το ταξίδι.
- 4) κίνητρα μετακίνησης, η οποία σε κάποιο βαθμό εξαρτώνται από την μόδα για τους διάφορους τρόπους μετακίνησης που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες. Τέτοιες ικανότητες αξιολογούνται, πιθανόν από την άποψη της οικονομικής διαθεσιμότητάς τους.

Με βάση των τουριστικών προϊόντων είναι η καλύψει των αναγκών του τουρίστα. Επομένως, ο πυρήνας του προϊόντος είναι απαραίτητη η κεντρική ιδέα, που στοχεύει στην επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων για την κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών. Το ερώτημα που τίθεται είναι, τι αποκτά ο τουρίστας στην πραγματικότητα;. Στην πραγματικότητα, δεν αποκτά ένα προϊόν που έχει ένα συγκεκριμένο σύνολο ιδιοτήτων, αλλά την ικανότητα να ικανοποίηση ορισμένες απαιτήσεις και ανάγκες του. Επομένως, για την τουριστική επιχείρηση η σημασία των ιδιοτήτων δεν είναι η παρουσίαση και η διανομή του προϊόντος, αλλά το πραγματικό πλεονέκτημα και να επωφεληθούν από αυτό οι πελάτες. (Σ. Βαρβαρέσος 2000)

Τουριστικό προϊόν: είναι σχέδιο οργανώσεις τον στόχων σύνδεσης μεταξύ τους τα ακόλουθα στοιχεία: 1. τουριστικός λόγος 2. κατανόηση του κοινού στο οποίο απευθύνεται. 3. διαθεσιμότητα και η ανάπτυξη των υποδομών 4. Καλή διαφημιστική καμπανιά, άλλα αυτά θα δημιουργήσει ένα τουριστικό προϊόν που θα απευθυνθεί σε αγοραστές. Τουριστικός λόγος σχηματίζεται με βάση την ικανότητα της συγκεκριμένης περιοχής: διαθεσιμότητα των ιστορικών και αρχιτεκτονικών μνημείων, τα φυσικά αξιοθέατα, οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται με την συμμετοχή των τουριστών και την αρχική ιδέα του διοργανωτή, για παράδειγμα, η ιδέα ενός ρομαντικού ταξιδιού ή μια περιήγηση για τα παιδιά. Με βάση την αναλογία των τουριστικών λόγων και εκτίμησης των αναγκών αναγνωστικού κοινού σχηματίζει ένα κατάλογο εκδηλώσεων, εκ των οποίων αποτελείται το τουριστικό προϊόν. Οργανωτικά μέτρα καθορίζουν την επιλογή των αντισυμβαλλομένων και καθορίζει τις απαιτήσεις για την υποδομή. Στο τελευταίο βήμα απαιτείται να καθοριστούν οι τρόποι προώθησης του τουριστικού προϊόντος, στο συγκεκριμένο κοινό στο οποίο απευθύνεται. (Σχεδιάγραμμα 4)



Σχεδιάγραμμα 4: Η δομή του τουριστικού προϊόντος

Η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος ξεκινά με μια ιδέα του ταξιδιού. Είναι σημαντικό να προσδιοριστή ο στόχος της δημιουργίας ενός πακέτου, "γιατί να δημιουργηθεί και σε ποιον θα είναι ενδιαφέρον;". Επίσης απαιτείται εξετάσει της διαδρομής, το πρόγραμμα του ταξιδιού και πρόσθετες ταξιδιωτικές υπηρεσίες και την έννοια της προώθησης του. Το τελικό βήμα είναι η δημιουργία των θεσμικών ρυθμίσεων του τουριστικού προϊόντος.

Τουριστικό προϊόν διαφέρει από το τουριστικό πακέτο διότι το τουριστικό πακέτο είναι μόνο ένα μέρος του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή είναι ένα υποχρεωτικό μέρος του ταξιδιού.

(Λαγός Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*, σπ.π σελ. 112 επ)

Ταξίδι: είναι η βασική μονάδα των τουριστικών προϊόντων που πωλούνται στον πελάτη στο σύνολό του, είναι το προϊόν του τουριστικού πράκτορα για την συγκεκριμένη διαδρομή και εντός συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

Υποχρεωτικό πρόγραμμα (πακέτο ταξιδιού και το εύρος των υπηρεσιών της διαδρομής) ο τουριστικός πράκτορας συντάσσει τουριστικά voucher, το έγγραφο το οποίο εγγυάται όλες της απαιτούμενες υπηρεσίες της εταιρείας και του πελάτη. Το voucher είναι ένα έγγραφο το οποίο παρουσιάζει στους τουρίστες την πληρωμή για της υπηρεσίες και την κράτηση που κάνανε στην χώρα ταξιδιού.

Το voucher δίνετε τριπλό αντίτυπο. Οι τουρίστες πρέπει να υποβάλουν το έγγραφο ως εξής:

- 1) ένα voucher στο αεροδρόμιο κατά την άφιξή του στη χώρα διακοπών, στον αντιπρόσωπο της εταιρίας που αγόρασε το πακέτο.
- 2) δεύτερο κατά τη άφιξη στο ξενοδοχείο (check-in).
- 3) τελευταίο απόκομμα κατά το check-out (από την χώρα) δίνεται στον αντιπρόσωπο της εταιρίας που έρχονται για να πάρουν τους τουρίστες και τους συνοδεύουν (transfermen) από το ξενοδοχείο προς το αεροδρόμιο.

Το voucher πρέπει να έχει πλήρη ενημέρωση σχετικά με το ταξίδι (σύμφωνα με τις απαιτήσεις που καθορίζονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, της 15ης Ιουνίου 1990): <http://base.consultant.ru/>

- 1) Περιοχή (τουριστικό κέντρο), το οποίο λαμβάνει οι τουρίστες.
- 2) τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τουριστών.
- 3) οι όροι των τουριστικών καταλυμάτων, συμπεριλαμβανομένης της θέσης του ξενοδοχείου, η κατηγορία του, το επίπεδο άνεσης, ο κατάλογος των υποχρεωτικών υπηρεσιών που περιλαμβάνονται στην τιμή του ταξιδιού.
- 4) ημερομηνίες έναρξης και λήξης ταξιδιού.
- 5) Το πρόγραμμα της παραμονής με ανάλυση ανά ημέρα, αναφέροντας περιλαμβάνονται εκδρομές και τις κοινωνικές και πολιτιστικές δραστηριότητες.
- 6) πληροφορίες διαβατηρίων και θεωρήσεων
- 7) ιατρική ασφάλιση.
- 8) Ελάχιστος αριθμός συμμετεχόντων σε συγκεκριμένο ταξίδι, (π.χ. οικογένεια 4 ατόμων όχι 6 ατόμων).
- 9) το μέγιστο δυνατό χρόνο ακύρωσε του ταξιδιού (στην ΕΕ - όχι αργότερα από 20 ημέρες πριν την έναρξη του)
- 10) ολοκληρωμένη τιμή για το τουριστικό πακέτο
- 11) αποζημίωση για μη τήρηση τους όρους και της προϋποθέσεις της διαμονής του τουρίστα
- 12) το όνομα και τα στοιχεία του ταξιδιωτικού πράκτορα και του τουριστικού γραφείου.

Παρακάτω είναι ένα λεπτομερές πίνακα σχετικά με τη δομή των τουριστικών προϊόντων, για τα οποία μπορεί να δημιουργηθεί ένα ταξίδι (πίνακας βάσης). Ο πίνακας αποτελείται από τις κύριες υπηρεσίες ταξιδιού, καθώς επίσης και από πρόσθετες υπηρεσίες, η οποίες μπορεί επίσης να συμπεριληφθούν, εάν είναι απαραίτητο στην τιμή του ταξιδιού . (Πίνακας 1)

<http://tourlib.net>

Πίνακας 1: Η δομή του τουριστικού προϊόντος με βάσης πίνακας

Ταξίδι	Τουριστικό πακέτο	Τουριστικό κέντρο	Ψυχαγωγικές ευκαιρίες	φυσικών			Είναι απαραίτητο να επιλέξετε ένα ή περισσότερα
				πολιτιστικά και ιστορικά			
				περιβαλλοντικές			
				υποδομή			
				κοινωνικές-δημογραφικές			
		Και άλλες					
		Ο ακριβής τύπος διακοπών	Μέρος στην γης	Μία χώρα	Πολλές χώρες	περιοχή	Πόλεις
							Πόλεις
		Παροχής υπηρεσίες καταλύματος	Ξενοδοχείο		Είναι απαραίτητο να επιλέξετε ένα ή περισσότερα	τύπος καταλύματος	- BB - διαμονή + πρωινό
		Μοτέλ					- HB - ημιδιατροφή: διαμονή + πρωινό + δείπνο
		Βίλες					- FP - πλήρης διατροφή: διαμονή + πρωινό + μεσημεριανό + δείπνο
		Διαμερίσματα					
		κάμπινγκ					
		Υπηρεσίες εστίασης	Το φαγητό στο ξενοδοχείο			Ένα από τα συστήματα φιλοξενίας	
			Με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων (το πρωινό πάντα σερβίρετε στο ξενοδοχείο)			Σύστημα «all inclusive»	

	Μεταφορά	Αεροπορικός										
		Τρένο										
		Μεταφορά (αεροδρόμιο - κατάλυμα)	Λεωφορείο									
			Αυτοκίνητο (ταξί) πλοιο									
	Το πεδίο εφαρμογής των δρομολογίων σε χρονοδιάγραμμα	Όροι διαδρομής	1 ημέρα			2 Ημέρα			3 Ημέρα			
		Ώρα	πρωί	με/ρι	απ/μα	πρωί	με/ρι	απ/μα	πρωί	με/ρι	απ/μα	
		Τρέχουσα ώρα										
		Απαιτούμενες υπηρεσίες (εκδρομές)										
		Ώρα	πρωί	με/ρι	απ/μα	πρωί	με/ρι	απ/μα	πρωί	με/ρι	απ/μα	
		Τρέχουσα ώρα										
Ανεξάρτητο πρόγραμμα												
Τουριστικές υπηρεσίες και εκδρομές	ενοικίασης		Φιλοξένησα πράγματων				Θα πρέπει να σημειωθεί το τι συμπεριλαμβάνει στο τουριστικού προϊόντος					
	τηλέφωνο		ψυχαγωγία									
	Οικιακές υπηρεσίες		Κράτησης (εστιατόριου κ.λπ.)									
	ταχυδρομείο		μίνι-μπαρ (δωματίου)									
	συναλλάγματος χρημάτων		Αγοράς εισιτηρίων									
	συμπληρωματική σίτιση		TV									
	υπηρεσίες δημιουργίας βίντεο		ενοικίαση αυτοκινήτων									
	μέσα μαζικής μεταφοράς		και άλλες									
Προϊόντα	χάρτες της πόλης		Θα πρέπει να σημειωθεί το τι συμπεριλαμβάνει στο τουριστικού προϊόντος									
	Χάρτης Πλοήγησης											
	καρτ ποστάλ											
	φυλλάδια											
	σουβενίρ											
	εξοπλισμός κατασκήνωσης											

1.3 Ιδιότητες των καταναλωτών του τουριστικού προϊόντος και η τεχνολογία του

Κατά την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος πρέπει να έχει μια σαφή απάντηση στο ερώτημα, τι θα αγοράσει ένας τουρίστας. Πρέπει να είναι δημοφιλής και επίκαιρο.

Η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος ξεκινά με μια μελέτη στις ιδιότητες των καταναλωτών, με τον εντοπισμό τις πιο ελκυστικές πλευρές για τους τουρίστες. Ακριβώς αυτοί είναι οι προσανατολισμοί (δείκτες αναφοράς) στον σχεδιασμό και την υλοποίηση του τουριστικού προϊόντος.

Κάθε τουριστικό προϊόν πρέπει να έχει της βασικές ιδιότητες των καταναλωτών:

- 1) εγκυρότητα, δηλαδή η παροχή όλων των υπηρεσιών θα πρέπει να οφείλεται στο σκοπό του ταξιδιού και των συναφών όρων με βάση τις ανάγκες των τουριστών
- 2) αξιοπιστία - συμμόρφωση με το πραγματικό περιεχόμενο της διαφήμισης των προϊόντων, σωστή πληροφόρηση
- 3) αποδοτικότητα - για να επιτευχθεί το μέγιστο αποτέλεσμα για τον τουρίστα με το χαμηλότερο κόστος από την πλευρά του
- 4) Ακεραιότητα (ολοκληρωμένο) - Ολοκλήρωση του προϊόντος, η δυνατότητα του να ανταποκριθεί πλήρως στην τουριστική ζήτηση
- 5) Σαφήνεια - η κατανάλωση του προϊόντος, η εστίασή του πρέπει να είναι κατανοητή τόσο από τουρίστες όσο και από το προσωπικό των επιχειρήσεων
- 6) Ευκολία στη χρήση
- 7) Ευελιξία – τα προϊόντα και το σύστημα παροχής υπηρεσιών πρέπει να προσαρμόσθούν σε διάφορες συνθήκες και να μην αντιδρούν με την αντικατάσταση του προσωπικού
- 8) χρησιμότητα - η ικανότητα να εξυπηρετήσει ενός ή περισσότερων σκοπών (π.χ., την χαλάρωση και την γνώση), για να καλύψει τις ιδιαίτερες ανάγκες του τουρίστα.

<http://tourlib.net>

Η παρακολούθηση της εφαρμογής αυτών των ιδιοτήτων - είναι, πρώτα απ' όλα, η μελέτη του βαθμού ικανοποίησης του τουριστικού ταξιδιού (ερωτηματολόγια κ.α.), Αλλά ο έλεγχος της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών αρχίζει από το στάδιο του σχεδιασμού του τουριστικού προϊόντος.

Για την «Beleon Tours» πολύ σημαντικό το γεγονός ότι ο πελάτης ήταν χαρούμενος με την επιλογή του των τουριστικών προϊόντων και ήταν ικανοποιημένος με τις υπηρεσίες που του πωληθήκαν, έτσι η εταιρεία χρησιμοποιεί την μέθοδο της ανάδρασης (feedback), όπως τηλεφωνικές κλήσεις μετά την ολοκλήρωση ενός ταξιδιού. Οι υπεύθυνοι θα επικοινωνήσουν με τους τουρίστες μετά το ταξίδι για να μάθουν της απόψεις και της εντυπώσεις τους που είχαν, για να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών.

Φιλοξενία - μια άλλη σημαντική ιδιότητα του τουριστικού προϊόντος. Φιλοξενία στην τουριστική βιομηχανία - είναι μια επαγγελματική απαίτηση, η τέχνη αυτή κάνει τους ανθρώπους να αισθάνονται ότι είναι ευχαριστημένοι. Η φιλοξενία αποτελείται από αξιοπρέπεια, σεβασμός, ευγένεια του προσωπικού. Αυτή η έννοια περιλαμβάνει τους ακόλουθους παράγοντες:

- 1) ποιοτικές πληροφορίες (τόσο σε τοπικές όσο και σε περιφερειακές αγορές για αναψυχή, εκπαίδευση και ψυχαγωγία) ότι θα είναι όλα έτοιμα και θα περιμένουν τους τουρίστες να τους γνωρίσουν.
- 2) η δημιουργία μιας θετικής εικόνας των επιχειρήσεων της τουριστικής περιοχής για να εξυπηρετήσουν δυνητικούς πελάτες (διαφήμιση, συμμετοχή σε τηλεοπτικά προγράμματα σχετικά με τον τουρισμό, την φιλανθρωπία κ.α.).
- 3) προσεκτική στάση στους οποίους παρέχουν τουριστικό προϊόν στα αιτήματα και στις επιθυμίες του πελάτη.
- 4) φροντίζει για την διευκόλυνση του προσανατολισμού των τουριστών στην απόκτηση υπηρεσιών (πληροφορίες εντός της εταιρείας, σχετικά με τα αντικείμενα και τους οδηγούς, φυλλάδια με απλά λόγια για τους τουρίστες κ.ά.).
- 5) θετική στάση προς τους τουρίστες, το οποίο πρόκειται να δημιουργηθεί στην αρχή της παροχής υπηρεσιών.

<https://wikimarkt.wikispaces.com/Συμπεριφορά+Καταναλωτή>

Ανάλυση των εργασιών της εταιρίας "Beleon Tours" από την άποψη της φιλοξενίας αξιολογείται σε υψηλό βαθμό. Υπάλληλοι της εταιρίας είναι με υψηλής εξειδικευμένοι ειδίκευσης. Ο καθένας γνωρίζει τους ρόλους και τις ευθύνες τους, και εργάζεται σε υψηλό επίπεδο. Εξαιρετική αναπτύξει της τεχνολογίας για εξυπηρέτησης είναι η επιτυχία της εταιρείας των υπηρεσιών στην τουριστική αγορά. Είναι πολύ σημαντικό στην οργάνωση του ταξιδιού η αλληλεπίδραση των τουριστών με το προσωπικό της εταιρίας και εξέταση των ψυχολογικών πλευρών της αντίληψης των τουριστικών υπηρεσιών.

Καλύτερη εξυπηρέτηση είναι ένα σημαντικό καταναλωτικό χαρακτηριστικό, που σχετίζεται άμεσα με τη φιλοξενία. Περιλαμβάνει:

- 1) συμμόρφωση με όλα τα είδη των υπηρεσιών σε ένα επίπεδο
- 2) τη συμμόρφωση με το σύνολο της κατηγορίας των υπηρεσιών του ταξιδιού
- 3) Στοχευόμενα ταξίδια με προσανατολισμό σε μια συγκεκριμένη ομάδα-στόχο των καταναλωτών
- 4) το συντονισμό εκ των προτέρων των υπηρεσιών του προγράμματος.

Όλες αυτές οι αρχές, είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη κατά το στάδιο της ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος, λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι το προϊόν που δεν είναι σωστά προετοιμασμένο δεν θα λήψη μόνο η ζήτηση προς το προϊόν, αλλά θα είναι επίσης σε θέση να ωθήσει μακριά τους πιθανούς πελάτες της εταιρείας.

Επιλογή ενός συγκεκριμένο τμήμα των ταξιδιωτικών υπηρεσιών στην αγορά, ακλουθώντας τους παρακάτω παράγοντες:

- 1) Ο σκοπός του ταξιδιού: αναψυχής, επαγγελματικός, εκπαίδευσης, ψώνια (shopping).
- 2) γεωγραφικούς παράγοντες: διακοπές στη θάλασσα, το ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά και αρχιτεκτονικά αξίες
- 3) ηλικιακές ομάδες: μαθητές, ενήλικες, οικογένειες, τρίτης ηλικίας.

Οι οικονομικές ανάγκες και γόητρο: Εξοικονομήσεις χρόνο και προσπάθεια για την επίτευξη άνεσης, η επιθυμία να ανήκουν σε μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα.

Η διαδικασία της δημιουργίας οποιοδήποτε πρόγραμμα ταξιδιού αρχίζει με την ανάπτυξη κοινών στόχων, την ανάπτυξη των προκαταρκτικών προβλέψεων, με βάση μια μελέτη της καταναλωτικής ζήτησης και τις προσφορές των ανταγωνιστών.

1.3.1 Τεχνολογία για την δημιουργία του τουριστικού προϊόντος

Γενίκευση του τουριστικού προϊόντος - είναι η διαδικασία επιλογής και σύνοψης το περιεχόμενο των συστατικών και των εργασιών, περιλαμβάνοντας τα στο πακέτο των τουριστικών υπηρεσιών σύμφωνα με το στόχο-ομάδα (Target group) ενός συγκεκριμένου ταξιδιού (Σχεδιάγραμμα 5).

Κατά την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος πρέπει να τηρείται το σκοπό του ταξιδιού.

Κάθε φάση του τουριστικού προϊόντος πρέπει να αναλυθεί και να σχεδιαστεί προσεκτικά. Από κάθε διαδικασία και τα συστατικά του, εξαρτάται η ποιότητα του ταξιδιού και η ανάγκη του προς τους τουρίστες.



Σχεδιάγραμμα 5: Τεχνολογία για την δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος

Τεχνολογία για τη δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος είναι μια πολύπλοκη διαδικασία, η οποία περιλαμβάνει την έρευνα αγοράς, ανάλυση των τμημάτων της αγοράς και τους ανταγωνιστές του, την κατάσταση στην τουριστικής αγοράς, και την αξιολόγηση του πραγματικού κόστους, για ανάπτυξη της διαφήμισης και προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Κατά την λεπτομερή ανάπτυξης καθενός σταδίου μπορούμε να δούμε το προβλεπόμενο κόστος του τουριστικού πράκτορα για την οργάνωση του τουριστικού πακέτου, και να αξιολογηθεί η σκοπιμότητα και η αποτελεσματικότητα της εφαρμογής και την περαιτέρω χρήση του προϊόντος.

<https://wikimarkt.wikispaces.com/Μοντέλο+ανταγωνιστικών+δυνάμεων>

<http://tourlib.net>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Οργάνωση "χειμερινού" ταξιδιού στην Κέρκυρα

2.1 Γενικές πληροφορίες για την Κέρκυρα

Κέρκυρα - ελληνικό νησί, το βορειότερο και έβδομο σε μέγεθος (592,082 τετραγωνικά χιλιόμετρα), ανάμεσα στα Ιόνια Νησιά. Ο πληθυσμός του νησιού είναι 107.879 κατοίκους . Η παραλία της Κέρκυρα που είναι παράλληλα με την ακτή της ηπειρωτική χώρα φτάνει έως 65 χιλιόμετρα. Το βόρειο τμήμα του νησιού βρίσκεται κοντά στις ακτές των Αγίων Σαράντα (Αλβανία), η οποία χωρίζεται από ένα στενό εύρος 3-23 χιλιομέτρων, και το νότιο τμήμα του νησιού, βρίσκεται απέναντι από τις ακτές της Θεσπρωτίας (Ελλάδα). Βόρειο τμήμα είναι πλατύτερο και ορεινό, το ψηλότερο σημείο είναι 906 μ (όρος Παντοκράτωρ), το νότιο τμήμα είναι ένα στενό, χαμηλό και λοφώδες μέρος.

Το νησί είναι πολύ εντυπωσιακό και το έδαφος είναι πολύ γόνιμο. Τα κύρια προϊόντα που παράγονται είναι ελαιόλαδο και κρασί. Στο νησί υπάρχουν εργοστάσια και επιχειρήσεις για την παραγωγή λαδιού, γλυκά (μαρμελάδες, μπισκότα, κλπ) και κονσερβοποιημένες ελιές.

http://el.wikipedia.org/wiki/Κατάλογος_κυριότερων_ελληνικών_νησιών_ανά_έκταση

Η ιστορία της Κέρκυρας είναι μακρά και ταραχώδης, καθώς πολλοί διαφορετικοί λαοί αποκτούσαν το νησί, ξεκινώντας με την “Ανατολική Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία” μετά στους “Ενετούς”, από ‘γαλλοκρατία” και στην συνέχεια από “Ολοκρατία” και από πολλές άλλες χώρες. *’Στην εποχή της ρωσοκρατίας ο έλεγχος του νησιού ήρθε στα χέρια του Ρώσου Ναύαρχου Ουσακόφ το 1799, ενώ το 1800 έγινε η σύσταση της Επτανήσου Πολιτείας. Η Κέρκυρα έγινε η πρώτη ελληνική πολιτεία που αναγνωρίστηκε ως ημιαυτόνομο κράτος μετά το 1453. Γίνεται επίσης η ανασύσταση του Ορθόδοξου Επισκόπου της Κέρκυρας.’* Οι επιρροές είναι ορατές σε κάθε γωνιά της σημερινής Κέρκυρας, από την αρχιτεκτονική και τα μνημεία μέχρι την ιδιοσυγκρασία των κατοίκων και την τοπική κουζίνα. Το νησί «Κέρκυρα» πήρε το όνομα της, από την κόρη του Αισώπου, θεό των ποταμών.

Η ιστορία του νησιού ήταν συνεχώς σε πεδίο μάχης και κατακτήσεις, καθορίζοντας την Κέρκυρα σημαντική θέση στην ιστορία μέχρι σήμερα. Επίσης η ιστορία του νησιού είναι στενά συνδεδεμένη με το Πρώτο και Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, το νησί ενώθηκε με την Ελλάδα την 21η Μαΐου 1864. Κέρκυρα είναι ένα μέρος όπου η ιστορία έχει διασωθεί στο σύνολό της και υπάρχουν πολλά ιστορικά αξιοθέατα και από τότε έχει δουλέψει σκληρά για την ανάπτυξη των φυσικών πόρων της και για την προβολή του τουρισμού με αποτέλεσμα να αναδειχθεί ως ένα από τα πλουσιότερα νησιά και να μετατραπεί σε ιδιαίτερα δημοφιλή τουριστικό προορισμό που προσελκύουν πάντα τουρίστες από όλο τον κόσμο.

Η Ελλάδα είναι μια χριστιανική χώρα, επομένως οι πολίτες πιστεύουν και συχνά επισκέπτονται της εκκλησιές. Όπως σε όλη την Ελλάδα έτσι και στην Κέρκυρα υπάρχει πολύ μεγάλο αριθμό από εκκλησιές και μοναστήρια. Οι Έλληνες παρακολουθούν και εορτάζουν της θρησκευτικές εορτές και την διάρκεια όλο τον χρόνο, επόμενος οι εκκλησιές είναι ανοιχτές ανά πάσα στιγμή της ημέρας για όλους και για τον καθένα.

<http://www.greece-corfu-hotels.com/corfu-history-gr.html>

2.2 Προσανατολισμός του τουριστικού προϊόντος

Αναλύοντας την κατάσταση για τις τουριστικές προσφορές στο νησί της Κέρκυρας, το αποτέλεσμα θα είναι ότι τα τουριστικά προϊόντα στοχεύουν μόνο για τη θερινή περίοδο, η οποία διαρκεί από το Μάιο έως τον Οκτώβριο. Προς το παρόν, οι τουρίστες επισκέπτονται το νησί για χαλάρωση στον ήλιο, για κολύμπι στην πεντακάθαρη θάλασσα και για απόλαυση ένα κρύο ελληνικό καφέ. Το χειμώνα στην Κέρκυρα παρατηρείται μια πολύ διαφορετική εικόνα: όπως τα παραλιακά εστιατόρια, καταστήματα με σουβενίρ και οι παραλίες είναι κλειστά για ανακαίνιση η διότι δουλεύουν μόνο την καλοκαιρινή σεζόν. Με εξαίρεση, η παραμονή των τουριστών το χειμώνα στο νησί τα τουριστικά προϊόντα θα είναι σε διαθεσιμότητα, τα οποία περιλαμβάνουν μια επίσκεψη στην φιλαρμονική με ένα πρόγραμμα της εθνικής ελληνικής μουσικής, γιορτάζοντας σημαντικά γεγονότα (Χριστούγεννα, αποκριές, Πάσχα, και άλλες θρησκευτικές εορτές), ή Θρησκευτικές εκδρομές.

Η Κέρκυρα είναι εμπλουτισμένη με διάφορα αντικείμενα που προσελκύουν το ενδιαφέρον, τα όπια ο τουρίστας όταν φθάνει στην Κέρκυρα το καλοκαίρι δεν έχει χρόνο ή για κάποιους λόγους δεν επιθυμεί να τα επισκεφτεί. Σημαντικά αντικείμενα προσέλκυσης είναι:

- ιστορικά αξιοθέατα του νησιού, τα οποία είναι πάνω από 40 στο νησί
- εκκλησίες, καθεδρικούς ναούς, ναούς, εικόνες και γλυπτά
- μοναδικά φυσικά τοπία και εξαιρετική θέα (σπηλαίες, χαράδρες, φαράγγια και κανάλια νερού).

Νέο τουριστικό προϊόν θα έχει ένα σημαντικό χαρακτηριστικό - όλο το χρόνο διακοπές στην Κέρκυρα, το καλοκαίρι και το χειμώνα. Οι τουρίστες θα μπορούν να έρθουν και να απολαύσουν τις διακοπές τους με της άνετες καιρικές συνθήκες, γνωρίζοντας την Ελλάδα από άλλη μεριά.

<http://kerkyrainfo.gr/kerkyratown/aksiotheata/index.html>

Την εξυπηρέτηση των Ρώσων τουριστών στο νησί της Κέρκυρας οργανώνει το γραφείο του “Beleon Tours”.

Τα κύρια καθήκοντα του γραφείου είναι:

- 1) παροχή των υποδομών των υπαρχόντων τουριστικών προϊόντων της εταιρείας, συμπεριλαμβανόμενο την οργάνωση της αλληλεπίδρασης με όλους τους τοπικούς συνεργάτες (ξενοδοχεία, ξεναγούς, ασφαλιστικές εταιρίες)
- 2) έλεγχος παρέχεις ποιοτικών υπηρεσιών στους τουρίστες από συνεργάτες
- 3) παρακολούθησης της ικανοποίησης των πελατών από τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους συνεργάτες
- 4) την βελτίωση της αποδοτικότητας των τουριστικών προϊόντων: αναζήτηση για δυνατότητες εξοικονόμησης, τον ανορθολογισμό των δρομολογίων, κ.λπ.

Τα παραπάνω καθήκοντα εκτελούνται από τους υπαλλήλους το καλοκαίρι (Απρίλιος-Οκτώβριος). Το χειμώνα, το προσωπικό εκτελούν κυρίως εργασίες που αφορούν τα συμβόλαια.

Λόγο διαφορετικών ποικιλιών τουρισμού στο νησί το προϊόν θα είναι ενδιαφέρον για τις ακόλουθες κατηγορίες τουριστών:

- Πακέτο για θρησκευτικές εκδρομές (εκκινεί οι οποίοι κάνουν το ταξίδι μόνο και μόνο για της εκκλησιές)
- εκπαιδευτικές εκδρομές (μαθητές γυμνάσιου, λυκείου και κολλεγίου)
- Ρομαντικό ταξίδι (Νεόνυμφους που επιθυμούν να κάνουν το γάμο στην Κέρκυρα)

Στο αρχικό στάδιο για να γίνει δημοφιλής το τουριστικό προϊόν θα απευθυνθεί κυρίως σε τουρίστες από τη Ρωσία, στο μέλλον, μετά από ένα-δυο χρόνια εργασίας με το προϊόν στην αγορά, θα προσφέρεται στους πολίτες και σε άλλες χώρες.

Έτσι, το κύριο καθήκον: να προσελκύσει τουρίστες στο νησί της Κέρκυρας σε μη τουριστική περίοδο, η οποία διαρκεί από τις αρχές Νοεμβρίου έως τα τέλη Απριλίου.

Μέθοδος για την προσέλκυση τουριστών στο νησί, είναι ένα νέο τουριστικό προϊόν σχεδιασμένο ειδικά για το "χειμώνα" της Ελλάδα.

<http://www.iekomega.gr/index.php/ypallilos-touristikou-grafeiou>

2.2.1. Ανάπτυξη συγκεκριμένων τουριστικών προϊόντων (πακέτων)

1. Πακέτο για θρησκευτικά ταξίδια

Το πακέτο θα έχει εκδρομές που περιέχει επίσκεψη σε εκκλησίες, ναούς, καθεδρικούς ναούς. Τύπος εκδρομής θα είναι κυκλικό (θα τελειώσει στο ίδιο σημείο που ξεκίνησε), το οποίο θα υλοποιηθεί σε ένα άνετο λεωφορείο με 46 θέσεις. Τύπος εκδρομής ομαδικό. Το ταξίδι περιέχει εκδρομές αλλά και ελεύθερο χρόνο στα μέρη που θα επισκευτούν. Διάσημες ιστορικές ορθόδοξες εκκλησίες που είναι πλούσιες σε μοναδικές εικόνες και εκκλησιαστικά είδη. Αυτό το τουριστικό προϊόν θα υπολογίζεται για τους τουρίστες κατά την διάρκεια όλης της χειμερινής σεζόν αλλά και για αυτούς που θέλουν να ταξιδέψουν για συγκεκριμένες εκδηλώσεις όπως Χριστούγεννα, Πάσχα ή Αγιασμό. Το χρονοδιάγραμμα του ταξιδιού δημιουργείται κάθε χρόνο με κάποιες αλλαγές στις ημερομηνίες αφίξεις. Διαμονή των τουριστών θα είναι σε άνετα ξενοδοχεία, που δεν θα είναι κάτω από το επίπεδο των "τριών αστέρων".

2. Πακέτο για Εκπαιδευτικές εκδρομές (μαθητές γυμνάσιου, λυκείου και κολλεγίου, τεχνικές σχολές)

Το τουριστικό πακέτο, αποτελείται από την επίσκεψη ιστορικών χώρων που σχετίζονται με τη ζωή του νησιού κατά τη διάρκεια του πολέμου και των επαναστάσεων. Δίνετε έμφαση σε αξιοθέατα, αρχιτεκτονικά αντικείμενα και ιστορικά γεγονότα. Αυτή η εκδρομή θα οργανωθεί για τους μαθητές που σπουδάζουν σε σχολές πειθαρχίας "Παγκόσμια Ιστορία" και γενικά για μαθητές. Τύπος εκδρομής – ομαδικό που αποτελείται από 46 άτομα.

3. Πακέτο για ρομαντικά ταξίδια (Νεόνυμφους)

Το ταξίδι έχει ως στόχο τα νεόνυμφα ζευγάρια. Θα διαρκέσει 4 μέρες (σε επισκέψεις) 1 ημέρα ελεύθερη στο σύνολο 5 και περιλαμβάνει αρκετά πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία και με την προσθήκη των στοιχείων του ρομαντισμού.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει: ένα γάμο στην εκκλησία, μια βόλτα με σκάφος, ρομαντικό δείπνο με κεριά, σε εξαιρετικές τοποθεσίες.

Η βάση του ρομαντικού ταξιδιού είναι η οργάνωση του γάμου σε μια εκκλησία στην πόλη της Κέρκυρας. Διαμονή σε ξενοδοχείο πέντε αστέρων με όλες τις ανέσεις.

Ανάλυση των πλεονεκτημάτων και χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος στον Πίνακα 2:

2.2.2. Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος της Κέρκυρας

Κατηγορία Χαρακτηριστικά και Πλεονεκτήματα	1 Ομάδα – Πακέτο για εκπαιδευτικές εκδρομές	2 Ομάδα - Πακέτο για θρησκευτικά ταξίδια	3 Ομάδα – Πακέτο για ρομαντικά ταξίδια
Τα κοινά σημεία	1. Καλός ο καιρός στο νησί το χειμώνα 15-20°C βαθμούς. 2. Η φυσική μοναδικότητα (θεές, τοπία). 3. Γενική φιλοξενία και σεβασμό. 4. Υπάρχει κοινή ιστορία με τη Ρωσία: ρωσοκρατία στην εποχή 1799. 6. Ενιαία θρησκεία - ο Χριστιανισμός. 7. Δωρεάν παροχής φυλλαδίων, περιοδικά της εταιρίας, ενημερωτικό υλικό.		
Μεμονωμένα	1. Μοναδικά ιστορικά μνημεία που συνδέονται με την ιστορία της ρωσικής και της ευρωπαϊκή ιστορίας. 2. Παραμονη με ασφάλεια στην Ελλάδα 3. Καλά μελετημένο πρόγραμμα συνεχώς επίβλεψη των μαθητών από τους εκπαιδευτικούς.	1. Ένας τεράστιος αριθμός των εκκλησιών, ναών, που λαμβάνουν θρησκευτικούς τουρίστες με μοναδικά προσκυνήματα. 2. Ευκαιρία για εορτασμό θρησκευτικές εορτές και επίσκεψη σε μοναστήρια.	1. Το ανεπτυγμένο πρόγραμμα - ως ένα ρομαντικό σόου. 2. Γάμος στην εκκλησία. 3. Επίσκεψη σε ρομαντικά μέρη στο νησί της Κέρκυρας με τους δικούς της θρύλους.

Το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι τα εξής:

- 1) θρησκευτικό: θρησκεία - Χριστιανισμός, ηλικία - διαφέρει
- 2) ρομαντισμό: νεόνυμφους, νεαρά ζευγάρια, ηλικία - 25-35 ετών
- 3) εκπαιδευτικό: οι μαθητές των σχολείων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - σχολεία, κολέγια, τεχνικές σχολές, ηλικία - 12-17 χρόνια.

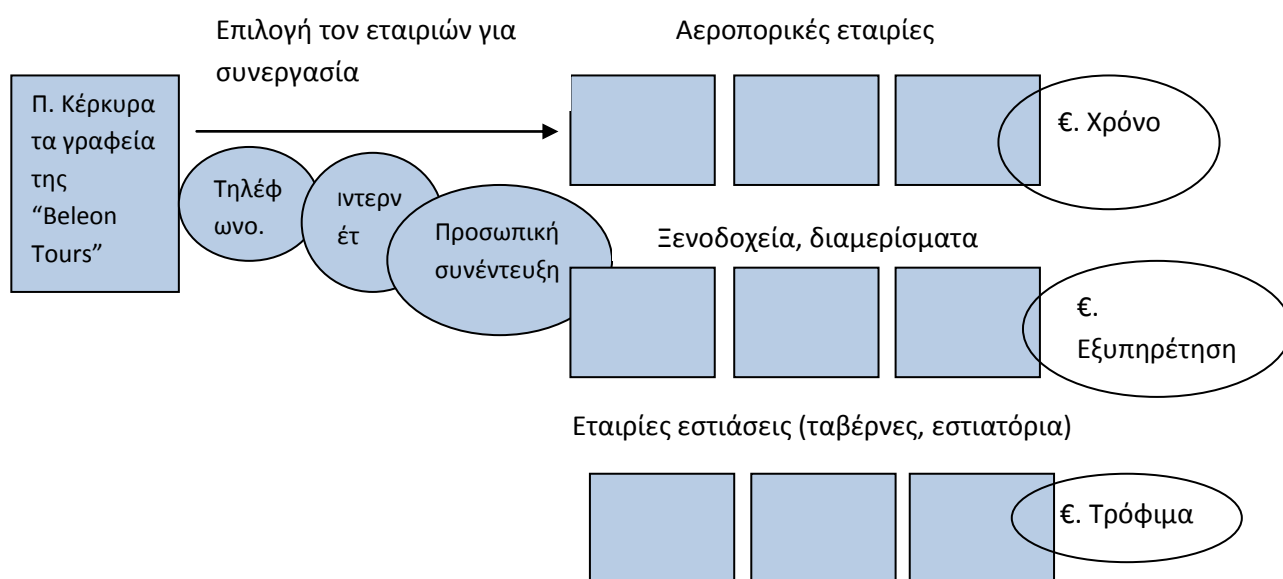
2.3 Η ανάλυση της υποδομής για ταξίδια

Τουριστικό προϊόν αποτελείται από διάφορα στοιχεία (Σχεδιάγραμμα 6):

- διαμονή των τουριστών
- σίτιση
- μεταφορά
- υπηρεσίες εκδρομής (ξενάγηση σε κάθε σημείο που θα γίνει στάση)
- και άλλες πρόσθετες υπηρεσίες.

Εξασφάλιση του τουριστικού προϊόντος είναι η οργάνωση της αλληλεπίδρασης με ενδιάμεσες εταιρείες, οι οποίες συνδέονται με την οργάνωση του ταξιδιού:

- 1) εταιρείες που ασχολούνται με την μεταφορά τουριστών (δηλαδή, των λεωφορείων και των αεροπορικών εταιρειών, ενοικιάσεις αυτοκινήτων)
- 2) διαφορετικούς τύπους καταλύματος (διαμερίσματα, κάμπινγκ και ξενοδοχεία 3-5 αστέρων)
- 3) εταιρείες σίτισης (εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες, fast food)
- 4) ιδιώτες επιχειρηματίες, που παρέχουν υπηρεσίες για ξενάγησης στην πόλη η και σε άλλα μέρη.



Σχεδιάγραμμα 6: Υποδομή του ταξιδιού

2.3.1. Ανάλυση και επιλογή των κατάλληλων αεροπορικών εταιρειών

Εξετάζουμε το παράδειγμα της πτήσης Μόσχα – Κέρκυρα, πόλη αναχώρησης αλλάζει ανάλογα με την πόλη από πού πουλήθηκε το ταξιδιωτικό πακέτο (Πίνακας 3).

Πίνακας 3: Επιλογή της αεροπορικής εταιρείας για συνεργασία

Αεροπορική εταιρεία	ώρες πτήσεων	Τακτικές πτήσεις	Η τιμή των εισιτηρίων (κατά προσέγγιση)	Συχνότητα ειδικών προσφορών
AEGEAN AIRLINES	διάφορες	συχνότητα - καθημερινά	280- 350 ευρώ	σπάνια
AEROFLOT AIRLINES	διαφορές	συχνότητα - καθημερινά	300 – 400 ευρώ	σπάνια
TRANSAERO AIRLINES	συνήθως βραδινές ώρες	συχνότητα - καθημερινά	440 –500 ευρώ	συχνά

Η πιο κατάλληλη αεροπορική εταιρεία σε ποιότητα και τιμή - είναι η ελληνική αεροπορική εταιρεία AEGEAN. Η εταιρεία λειτουργεί από το 1992 και έχει καθιερωθεί ως μια επιτυχημένη και δημοφιλέστερη αεροπορική εταιρία που αποστέλλονται κάθε χρόνο χιλιάδες τουρίστες στην Ελλάδα σε διαφορετικές κατευθύνσεις (ηπειρωτική χώρα και στα νησιά) και σε εξωτερικό. Σε γενικές γραμμές, στη Κέρκυρα πετάνε με "Σύνδεση" Πτήσεως από Αθήνα, η οποία δεν διαρκεί πάνω από 3 ώρες. Τα αεροσκάφη της Aegean αποτελείται από της εταιρείας «Airbus», που περνούν με επιτυχία την τεχνική επιθεώρηση κάθε χρόνο.

<http://el.aegeanair.com/> - <http://www.aeroflot.com/cms/en>

<http://www.transaero.ru/en>

2.3.2. Η μεταφορά των τουριστών.

Εξετάζουμε τα θρησκευτικά ταξίδια, εκπαιδευτικά ταξίδια και ρομαντικά ταξίδια.

Οι εκδρομές των θρησκευτικών και εκπαιδευτικών ταξιδιών θα πραγματοποιηθούν με μεγάλο λεωφορεία 46 θέσεων, διότι αυτές οι εκδρομές είναι ομαδικά ενώ για τα Ρομαντικά ταξίδια θα πραγματοποιηθούν με οχήματα υψηλής πολυτελείας και με γιότ (σκάφος πολυτελείας).

Τα λεωφορεία, οχήματα υψηλής πολυτελείας και τα γιοτ θα χρησιμοποιηθούν από την εταιρία «Beleon Tours», διότι η εταιρία είναι μια πολύ μεγάλη και εξαπλωμένη σε όλη την Ελλάδα και έχει το δικό της μεταφορικό μέσο για την μεταφορά τουριστών. Η εταιρία παρέχει υψηλή ασφάλεια στους τουρίστες κατά την διάρκεια της μεταφοράς, διότι τα λεωφορεία είναι καινούρια και οι οδηγοί είναι επαγγελματίες. <http://www.beleontours.ru/>

2.3.3. Συνεργασία με ξενοδοχειακές μονάδες

Ανάλυση καταλύματος και επιλέγοντας τα ανάλογα με τα επισκεπτόμενα αξιοθέατα (κατά μήκος της διαδρομής)

1) Εκπαιδευτικό ταξίδι

Κατά τη διάρκεια αυτής της εκδρομής, οι μαθητές θα διανυκτερεύσουν σε ξενοδοχείο στην περιοχή Παλαιοκαστρίτσα και στην πόλη Κέρκυρα (Πίνακας 4), (Πίνακας 5)

2 ξενοδοχεία σε διαφορετικές τοποθεσίες θα χρειαστούν για τους μαθητές

Πίνακας 4: Επιλογή του καταλύματος για την οργάνωση της εκδρομής για τους μαθητές στην (Κέρκυρα)

Αρ	Όνομα καταλύματος	Τύπος δωματίων	Τιμή ανά διανυκτέρευση/ άτομο	Κόστος σίτισης ανά άτομο με σύστημα «μπουφέ»	
1	Hotel Atlantis (Πόλη Κέρκυρα)	Δίκλινο Δωμάτιο	28€	Πρωινό	8
				Δείπνο	10
		Τρίκλινο Δωμάτιο	24€	Πρωινό	8
				Δείπνο	10
2	Ξενοδοχείο Αρκάδιο (Πόλη Κέρκυρα)	Δίκλινο Δωμάτιο	35€	Πρωινό	8
		Τρίκλινο Δωμάτιο	32€	Δείπνο	10

Από τις επιλογές το κατάλληλο ξενοδοχείο είναι το “Hotel Atlantis”, δίοδοι η τιμή και η τοποθεσία πληρούν τις προϋποθέσεις του ταξιδιού.

<http://www.booking.com/hotel/gr/atlantis-corfu.el.html>

<http://www.booking.com/hotel/gr/arcadion.el.html>

Πίνακας 5: Επιλογή του ξενοδοχείου για την οργάνωση του ταξιδιού για τους μαθητές (Περιοχή-Παλαιοκαστρίτσα)

№	Όνομα καταλύματος	Τύπος δωματίων	Τιμή ανά διανυκτέρευση/ άτομο	Κόστος σίτισης ανά άτομο με σύστημα «μενού»	
1	Hotel Apollon	Δίκλινο Δωμάτιο	25€	Πρωινό	8
				Δείπνο	10
2	Odysseus Hotel	Δίκλινο Δωμάτιο	30€	Πρωινό	8
				Δείπνο	10

Επιλογή για την διαμονή στο ξενοδοχείο “Hotel Apollon” είναι σε βολική τοποθεσία, λογική τιμή και βολικό εστιατόριο στο ξενοδοχείο.

<http://www.booking.com/hotel/gr/apollon-paleokastritsa.el.html>

<http://www.booking.com/hotel/gr/odysseus.el.html>

2) Ρομαντικό ταξίδι

Επιλέγοντας ένα ξενοδοχείο όπου οι τουρίστες θα διανυχτερεύσουν σε όλη την διάρκεια του ταξιδιού τους. Εξετάζουμε τα ξενοδοχεία που προσφέρουν τη δυνατότητα να οργανώσουν βραδινές παράστασης στο χώρο του ξενοδοχείου, για τους ερωτευμένους. (Πίνακας 6).

Τα ξενοδοχεία πρέπει να ανταποκρίνονται στις παρακάτω απαιτήσεις:

- το καθεστώς των «Πέντε Αστέρων» και ψηλότερου επιπέδου εξυπηρέτησης
- εστιατόριο στο ξενοδοχείο («μπουφέ», «a la carte»)
- βολική τοποθεσία σε σχέση με τα αντικείμενα που προσελκύουν τους τουρίστες (εξετάζουμε την πόλη Κέρκυρα).

Πίνακας 6: Επιλογή του ξενοδοχείου για την οργανώσει ρομαντικού ταξιδιού

№	Όνομα ξενοδοχείου	Τύπος δωματίων	Τιμή ανά διανυκτέρευση/ 2 άτομο	Το κόστος διατροφής ανά άτομο	
1	Hotel Corfu Palace	Superior Δίκλινο	135€	Πρωινό («μπουφέ»)	8
				Δείπνο (μενού)	12
2	Corfu Holiday Palace	Superior Δίκλινο	100€	Πρωινό («μπουφέ»)	8
				Δείπνο (μενού)	10

Επιλέγοντας το ξενοδοχείο «Corfu Holiday Palace», κριτήρια επιλογής:

- άριστη υποδομή (σπα, γυμναστήριο, εσωτερική πισίνα, 4 εστιατόρια, ιταλική και ελληνική κουζίνα και άλλοι
- βολική τοποθεσία (κοντά στο κέντρο της Κέρκυρας (10 λεπτά με τα πόδια), από την μια πλευρά θεά θάλασσας και από την άλλη το κέντρο της πόλης) επίσης διαθέτη πλήρως εξοπλισμένο καζίνο.
- ευνοϊκές συνθήκες για τη συνεργασία.

<http://www.booking.com/hotel/gr/corfu-palace.el.html>

<http://www.booking.com/hotel/gr/corfu-holiday-palace.el.html>

- 3) **Θρησκευτικό ταξίδι:** εξετάζουμε τις επιλογές για τα ξενοδοχεία στο νησί της Κέρκυρας. Η διαμονή θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα ικανοποιητικό επίπεδο άνεσης, καθώς και λογικές τιμές (Πίνακας 7).

Πίνακας 7: Επιλογή ξενοδοχείου για την οργάνωση τα θρησκευτικά ταξίδια

№	Όνομα ξενοδοχείου	Τύπος δωματίων	Τιμή ανά διανυκτέρευση/ άτομο	Το κόστος διατροφής ανά άτομο	
				Πρωινό	Δείπνο
1	Cavalieri Hotel	Δίκλινο Δωμάτιο	30€	Πρωινό	8
				Δείπνο	10
2	Ξενοδοχείο Αρίων	Δίκλινο Δωμάτιο	40€	Πρωινό	10
				Δείπνο	10
3	Hotel Bretagne	Δίκλινο Δωμάτιο	45€	Πρωινό	10
				Δείπνο	10

Το “Cavalieri Hotel” είναι η καλύτερη επιλογή, δεδομένου ότι είναι κατάλληλο διότι είναι σε ήσυχο μέρος, ικανοποιητικές τιμές και καλό φαγητό στο εστιατόριο, επίσης είναι διακόσμηση στον 17ου αιώνα με μια βεράντα με εντυπωσιακή θεά στην πόλη. Υπάρχει και αίθουσα συνεδριάσεων.
<http://www.booking.com/hotel/gr/cavalieri.el.html> , <http://www.booking.com/hotel/gr/arion-corfou.el.html> , <http://www.booking.com/hotel/gr/hotelbretagne.el.html>

Οργάνωση εστίασης των τουριστών.

Για όλα τα πακέτα θα προσφέρεται το πρωινό και το βραδινό στο ξενοδοχείο όμως όσον αφορά την επιλογή της επιπλέον εστίασης κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, αυτό είναι ανάλογα με το τουριστικό πακέτο.

Για μαθητές ή σχολικές ομάδες θα προτιμήσουν τα "fast food", δηλαδή εστιατόριο γρήγορου φαγητού για παράδειγμα: GOODY'S, Everest, McDonalds, Flocafe, καθώς και ελληνικές ταβέρνες.

Για ρομαντικές περιηγήσεις απαιτούν πιο ακριβά και πολυτελή εστιατόρια. Για παράδειγμα: ένα εστιατόριο στην πλαγία ενός βουνού, με θέα την παλιά πόλη της Κέρκυρας.

Για θρησκευτικό ταξίδι μπορεί να οργανωθούν τα γεύματα στις κλασικές ελληνικές ταβέρνες, διότι στις ταβέρνες είναι πιο ήρεμα και είναι πιο παραδοσιακά. Σε συγκεκριμένες περιπτώσεις θα μπορέσουν να δοκιμάσουν και της γεύσης τον φαγητών στα πανηγύρια των χορίων.

2.3.4. Παρέχει Ασφάλεια και ενημέρωση κατά τη διάρκεια του ταξιδίου.

Για την οργανώνει μιας άνετη μεταφορά από το αεροδρόμιο προς το σημείο εκκίνησης της εκδρομής (συνήθως αυτό είναι το ξενοδοχείο ή εστίαση) είναι στα χεριά τον ξεναγών (transferman) που είναι υπεύθυνοι για την μεταφορά των τουριστών. Από την τουριστική εταιρία “Beleon Tours” Θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην πρόσληψη του προσωπικού για την μεταφορά των τουριστών διότι η πρώτη επαφή με τα άτομα της εταιρίας είναι πολύ σημαντική. Η επιλογή ξεναγών (transferman) γίνεται με βάσει των ερωτηματολογίων και των δοκιμών, οι οποίοι θα τους προσλάβουν οι υπεύθυνοι ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας. Πληροφορίες σχετικά με θέσεις εργασίας θα βρίσκονται στην επίσημη ιστοσελίδα του "Beleon Tours" και σε τοπικές εφημερίδες υπό τον τίτλο «αναζήτηση εργασίας». Ο υποψήφιος θα πρέπει να στείλει ένα βιογραφικό στο e-mail της εταιρείας. Μετά από εξέταση όλων των υποψηφίων, η εταιρεία επιλέγει το καλύτερο και τους καλεί να εργαστούν για τη ανάλογη θέση.

Απαιτήσεις:

- ηλικίας 22 έως 40 χρόνων
- πτυχίο "τουρισμός / μανατζμεντ"
- επιτυχημένη εμπειρία σε παρόμοια θέση στο εξωτερικό
- διαθεσιμότητα διαβατηρίου
- προθυμία να εργαστούν στο εξωτερικό για τουλάχιστον 3 μήνες
- γνώση της αγγλικής γλώσσας σε ανώτερο επίπεδο
- γενικές γνώσεις για την ιστορία της Ελλάδας, και περισσότερο για το νησί της Κέρκυρας
- γνώση γραπτής ρωσικής γλώσσας
- η δυνατότητα να παρουσιάσει ενδιαφέρουσες πληροφορίες?
- ετοιμότητα για εντατικό πρόγραμμα εργασίας.

Καθήκοντα:

- 1) συνάντηση τους τουρίστες στο αεροδρόμιο και παράδοση στο ξενοδοχείο
- 2) την ενημέρωση των τουριστών σχετικά με την ασφάλεια στη χώρα υποδοχής
- 3) στήριξη των τουριστών κατά την άφιξη, αναχώρηση και τις μεταφορές στο εσωτερικό της χώρας
- 4) πληροφοριστική υποστήριξη και βοήθεια στους τουρίστες στην επίλυση των προβλημάτων
- 5) Βοήθιο στην μετάφραση όταν προκύψουν δυσκολίες με μια ξένη γλώσσα.

Η εκδρομή είναι στοιχείο ταξιδιού

Για την δημιουργία μιας εντυπωσιακής εκδρομής οπωσδήποτε πρέπει να υπαρχή ένας ξεναγός ο οποίος να έχει πολύ καλή εμπειρία. Η εταιρεία «Belen Tours» διαθέτη έμπειρους ξεναγούς οι οποίοι εργάζονται για πολλά χρόνια στην εταιρία, επίσης υπάρχουν πολύ εντυπωσιακά σχόλια στις ιστοσελίδες σχετικά με της υπηρεσίες που παρέχουν. Οι ξεναγοί θα συναντηθούν με τους τουρίστες στο τόπο όπου θα αρχίσουν οι εκδρομές. Η “Beleon Tours” διαθέτουν μόνο ξεναγούς σε μούσια, ιστορικά μέρη και όχι ξεναγούς (transferman), η οποία προσλαμβάνει νέους (transferman) κάθε χρόνο.

<http://www.beleontours.ru/> , <http://tourlib.net>

2.4 Χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος

Για την δημιουργία του τουριστικού πακέτου έγινε η επιλογή των επόμενων διαδρομών (Σχεδιάγραμμα 7).

Καθορισμός της διαδρομής στο χάρτη:

- 1) Το μπλε χρώμα είναι ρομαντικό ταξίδι
- 2) Το Κόκκινο χρώμα είναι θρησκευτικό ταξίδι
- 3) Το πράσινο χρώμα είναι εκπαιδευτικό ταξίδι (για τους μαθητές).

Πόλη της άφιξης και αναχώρησης - η πόλη Κέρκυρα. Τύπος ταξιδιού – κυκλικό (τελειώνει εκεί που ξεκάνει). Χρονική περίοδο, για όλο το χρόνο, αλλά δίνεται έμφαση για την χειμερινή περίοδο στο νησί της Κερκύρας. Η εκδρομή ξεκινάει από την πόλη Κέρκυρα - η οποία είναι πρωτεύουσα του νησιού Κέρκυρα. Στο αεροδρόμιο, τους τουρίστες συναντά ξεναγός (transfermen) και ο

προσωπικός ξεναγός, ο οποίος (προσωπικός ξεναγός) θα συνοδεύει την ομάδα καθ' όλη την διάρκεια του ταξιδιού (θα παρέχει πληροφορίες, θα αντιμετωπίσει τα προβλήματα των τουριστών που θα προκύψουν και άλλες πληροφορίες). Στους τουρίστες κατά την άφιξη, τους παρέχουν τις απαραίτητες πληροφορίες και έγγραφα: διαφημιστικό κατάλογο με πληροφορίες για τη χώρα και την Κέρκυρα, χάρτης του νησιού και της πόλης Κερκύρας, πλάνο και οι κανονισμοί για την διαδρομή των εκδρομών, δρομολόγια αστικών-υπεραστικών λεωφορείων (ΚΤΕΛ) και όλα αυτά σε ένα φάκελο από την εταιρία “Beleon Tours”.

Η τουριστικές εκδρομές σχετίζονται με της πιο ελκυστικές τουριστικές τοποθεσίες:

- 1) τα μοναδικά μνημεία και κατασκευές της ιστορίας και του πολιτισμού (μοναστήρια και εκκλησίες του 15-18ου αιώνα, κάστρα και φρούρια από αρχαίοι Έλληνες, γλυπτά και μνημεία κατά τη διάρκεια της κατάκτησης της Κέρκυρας από διαφορετικές χώρες)
- 2) κλιματικούς πόρους (βουνά, γκρεμούς, σπηλιές, καταρράκτες, καταπράσινα λιβάδια και κοιλάδες, ελαιώνες, θαλάσσια κανάλια, κλπ)
- 3) εγκαταστάσεις αναψυχής και εμπορικά καταστήματα.

Κάθε διαδρομή παρέχει πλήρη ασφάλεια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, όλες τις προϋποθέσεις για άνετη μετακίνηση, διαμονή και ψυχαγωγία.

Ο τουρίστας μπορούν να παραγγέλλουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, διάφορες πρόσθετες υπηρεσίες, όμως η πληρωμή τους θα γίνεται στο χώρο παραγγελίας. Οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να είναι τα ακόλουθα:

- 1) ενοικίαση χρηματοκιβωτίου
- 2) ενοικίαση αυτοκινήτου
- 3) γύρισμα επαγγελματικών φωτογραφιών και βίντεο
- 4) συμπληρωματική σίτιση
- 5) υπηρεσία συναλλάγματος χρημάτων
- 6) περισσότερα

Στον (πίνακας 8) περιγράφετε τα τρία δρομολόγια προς διάφορες κατευθύνσεις, που θα πραγματοποιηθούν εκδρομές. Κάθε διαδρομή περιλαμβάνει λεπτομερή παρουσίαση των πληροφοριών για όλα τα αντικείμενα έλξη για τους τουρίστες. Επίσης στον πίνακα δείχνει τον αριθμό των ημερών του ταξιδιού και την τιμή για το πακέτο διακοπών ανά άτομο (όσο αφορά το ρομαντικό πακέτο, η τιμή είναι για δύο άτομα).



Σχεδιάγραμμα 7: σχέδιο-χάρτης των δρομολογίων

Πίνακας 8 Η λεπτομερή δομή του τουριστικού προϊόντος

Όνομασία ταξιδιού	Διαδρομή	Διάρκεια	Περιηγήσεις με ξεναγό	Κόστος (χωρίς τα αεροπορικά εισιτήρια)
Εκπαιδευτικό ταξίδι	<p>1) Κέρκυρα (άφιξη το πρωί): ξενάγηση στα αξιοθέατα με μια επίσκεψη στα εξής αξιοθέατα: Παλαιό Φρούριο, "Ρωσικό όπλο», Ιόνιο Πανεπιστήμιο, πλατεία Σπιαναδα και στην οδό Λιστών, Παλιό Λιμάνι, το Νέο Φρούριο και το μνημείο του ναύαρχου Φιοντόρ Ουσάκωφ. Επιπλέον μια βόλτα με το πλοίο μέχρι το νησί Βιδο και επίσκεψη στην εκκλησία της βυζαντινής εποχής + ελεύθερο χρόνο. Στη συνέχεια επιστροφή και γεύμα στο εστιατόριο «Everest» στο κέντρο της πόλης.</p> <p>2) Χωριό Γουβιά. Στο χωριό υπάρχει ένα μουσείο της «παραδοσιακής Ελλάδας». Στο μουσείο παρουσιάζει αντικείμενα και έργα τέχνης της καθημερινής ζωής στην αρχαία Ελλάδα: σκεύη, είδη ένδυσης και υπόδησης, αξεσουάρ και είδη χειροτεχνίας.</p> <p>3) Κασσιόπη. Στην Κασσιόπη Ο Όσκαρ Ουάιλντ έγραψε το ποίημα «Ravenna», θαυμάζοντας την ομορφιά του τόπου. Σπίτια με λευκούς τοίχους και κόκκινα σκεπές κτιστήκαν κοντά στα αραιά ερείπια του παλιού κάστρου. Όταν οι Ρωμαίοι κατέκτησαν το νησί το 227 π.χ. Κασσιόπη ήταν ένα φυσικό τόπο στάθμευσης για τις θαλάσσιες διαδρομές. Σύμφωνα με το μύθο, κατά τη διάρκεια μιας από αυτές τις στάσεις την Κασσιόπη επισκέφθηκε ο αυτοκράτορας «Νέρων».</p>	5 ημέρες	<ul style="list-style-type: none"> - περιηγήσεις στην πόλη Κέρκυρα με επίσκεψης στα αξιοθέατα της πόλης και την περιγραφή τους. - εκδρομή σε ένα μουσείο στο χωριό Γουβια - Πόλη Κασσιόπη: περιήγηση στην πόλη 	(586 ευρώ)

<p>4) Παλαιοκαστρίτσα: επίσκεψη στο Φρούριο αγγέλων "Αγγελόκαστρο" (Κάστρο βυζαντινής εποχής), ρωσικό όπλο (μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο). Ένα διάλειμμα σε μια καφετέρια για καφέ, τσάι και ελληνικά γλυκά. Το βράδυ άφιξη στο Ξενοδοχείο. Δείπνο και πρωινό την επόμενη μέρα στο εστιατόριο του ξενοδοχείο.</p> <p>5) Γαρδίκι κάστρο (μεσαιωνικό το 13ου αιώνα, ήταν πνευματώδης δεσπότης ο Μιχαήλ Κομνηνό Δούκα). Κοντά στο κάστρο Γαρδίκι ήταν ένα μικρό χωριό «Ζιγανος», το οποία καταστράφηκε ολοσχερώς κατά τη διάρκεια μιας επιδρομής των Τούρκων, με επικεφαλής τον 'Herentina' «πέραςμα Μπαρμπαρόσα 1537μ.χ».</p> <p>6) Λίμνη Κορισσίων. Μία από τις πιο ελκυστικές περιοχές του οικολογικού τουρισμού. Είναι η μεγαλύτερη λίμνη γλυκού νερού, το οποίο χωρίζεται από την θάλασσα από μια στενή λωρίδα γης η οποία είναι μερικά μέτρα σε πλάτος. Στη λίμνη φωλιάζουν σπάνια πουλιά, όπως ερωδιοί. Είναι η κατοικία σε χελώνες, και ανθισμένα ορχιδέες.</p> <p>7) Τα χωριά Μπενίτσες και Γαστούρι. Γεύμα σε ταβέρνα στο χωριό Μπενίτσες. Στης Μπενίτσες υπάρχει το «Μουσείο του υποβρύχιου κόσμου», το οποίο περιέχει μια ποικιλία από όστρακα, ψάρια, καρχαρίες, μαργαριτάρι κοσμήματα, κ.λπ. Ιδρυτής του μουσείου ήταν ο «Ναπολέον Sayya» μετά από 20 χρόνια ταξίδι στις θάλασσες της Αυστραλίας,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Παλαιοκαστρίτσα: περίπατοι ξενάγηση, και επίσκεψη στο μοναστήρι ανάλογα με την επιθυμία των παιδιών - ξενάγηση στο κάστρο "Αγγελόκαστρο" και στο έδαφός του. - Περπάτημα γύρω από τη λίμνη Κορισσίων <p>Ελεύθερος χρόνος:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ξενάγηση στο χωριό Μπενίτσες, επίσκεψη στο μουσείο, υποβρύχια τέχνη 	
---	---	--

<p>στον ινδικό και στον Ειρηνικό ωκεανό επέστρεψε στο σπίτι και άνοιξε το μουσείο του υποβρύχιου κόσμου. Τα εκθέματα σπάνιο μουσείο, όπως δηλητηριώδη κοχύλια, πιράνχα, αστερίες, σπάνιους καρχαρίες, μύδια και άλλα. Επόμενη επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο της Ρωμαϊκής περιόδου.</p> <p>Αυτό είναι τα ερείπια μιας ρωμαϊκής αρχοντικό "Calbarium", (που σημαίνει υδρομασάζ) και «Frigidarium», που σημαίνει μια θέση σε μεγάλο μπάνιο για κολύμπι και κρύα λουτρά (3ος αιώνας π.Χ.).</p> <p>Το χωριό Γαστούρι:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Επίσκεψη στο αρχοντικό του Βούλγαρη (η περιουσία άνηκε στην αυτοκράτειρα Ελισάβετ ΣΗ-ΣΗ. Οι απόγονοι της οικογένειας του Βούλγαρη περισσότερο γνωστή ως ιδρυτές της ελληνικής λογοτεχνίας. Ο Ευγένιος Βούλγαρη ήταν ένας από τους πρώτους καθηγητές της ελληνικής γλώσσας στο νησί κατά τη βενετική περίοδο της κυριαρχίας. - Περιπατώντας στην οδό με τα σπίτια της αριστοκρατίας του 18ου και 19ου αιώνα. και μια επίσκεψη στο καφενείο της αυτοκράτειρας (μεγάλο πέτρινο σπίτι με μια τεράστια πόρτα). - Μια επίσκεψη σε ένα παραδοσιακό αρτοποιείο "Εκτορας" που ψήνει το ψωμί με την παλιά παράδοση στο φούρνο στα κάρβουνα. Το ψωμί είναι πολύ νόστιμο και παραμένει φρέσκο για αρκετές ημέρες, δοκιμή ψωμιού. <p>http://www.greece-corfu-hotels.com/corfu-sightseeing-gr.html</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Γαστούρι: ξενάγηση στο χωριό και με μια επίσκεψη στα ιστορικά μνημεία - Πόλη Κέρκυρα. Ελεύθερος χρόνος και ατομικές επισκέψεις στα μουσεία της πόλης. 	
--	--	--

	<p>- Αχίλλειο: Χτισμένο το 1890 από τον Ιταλό αρχιτέκτονα Ραφαέλ Καριτά για την αυτοκράτειρα Ελισάβετ της Αυστρίας).</p> <p>– Περίπατος την Γέφυρα Κάιζερ (Γερμανός Κάιζερ Γουλιέλμος II αγόρασε το Αχίλλειο μετά το θάνατο της Ελισάβετ, έχει προσλάβει τον «Καρλ Λούντβιχ Σπρένγκερ» ως αρχιτέκτονα του παλατιού, και έχτισε μια γέφυρα προς τιμήν του «Κάιζερ Γουλιέλμος II» "Γέφυρα Κάιζερ." Το κεντρικό τμήμα της γέφυρας καταστράφηκε από το γερμανικό στρατό κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου για να επιτρέψει τη διέλευση των στρατιωτικών φορτηγών).</p> <p>Επόμενη επίσκεψη στο ξενοδοχείο και δείπνο.</p> <p>8) Πόλη Κέρκυρα: Επίσκεψη στο Ναό της Αρτέμιδος (580 π.Χ). Το πρώτο δωρικό ναό που χτίστηκε από πέτρα. Ήταν ένας από τους μεγαλύτερους ναούς της εποχής του. Τώρα ο ναός θεωρείται ένα από τα αριστουργήματα της δυτικής αρχιτεκτονικής, διάφορα μουσεία (Αρχαιολογικό Μουσείο. Μουσείο του Σερβικού πολέμου του 1915-1917, μουσείο χαρτονομισμάτων. Δείπνο στο ξενοδοχείο.</p>			
Ρομαντικό ταξίδι	<p>1) Πόλη Κέρκυρα: στο αεροδρόμιο τους τουρίστες συναντά ένας ξεναγός ο οποίος θα είναι στην διάθεση τους κατά την διάρκεια όλο το ταξίδι. Ο ξεναγός θα συνοδέψει τους τουρίστες μέχρι το εστιατόριο σε ένα πολυτελές αυτοκίνητο. Το εστιατόριο βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, δίπλα στην πλατεία Σπιανάδα.</p>	5 ημέρες	<p>- Εκδρομή στην Κέρκυρα</p> <p>- Υπηρεσίες φωτογράφισης:</p>	(1.406 εύρο)

<p>Περιήγηση στην πόλη με άμαξα. Η φωτογράφιση για τους νέους (είναι δωρεάν, περιλαμβάνεται στην τιμή). Check-in στο ξενοδοχείο. Βραδινές παραστάσεις στο ξενοδοχείο. Ρομαντικό δείπνο με σύστημα "μενού". Η επόμενη ημέρα: ημέρα του γάμου που θα γίνετε στην εκκλησία του Αγίου Σπυρίδωνα. Στη συνέχεια επίσκεψη στο χωριό Γουβιά.</p> <p>1) Χωριό Γουβιά. Στην συνέχεια επίσκεψη στο χωριό Γουβιά, «Bous-Danilia Village» όπου γρίστηκε ο γάμος στην ταινία «James Bond».</p> <p>2) Χωριό Κομμένο: Επίσκεψη στην «Villas James Bond», ελεύθερος χρόνος. Ψώνια σε μαγαζιά με τα παγκόσμια “brands”. Επίσκεψη σε καφετέρια με ελληνικά γλυκά και με θέα στη θάλασσα και άλλα κοντινά νησιά.</p> <p>3) Όρος Παντοκράτορα - το υψηλότερο σημείο του νησιού, που βρίσκεται στα βορειοανατολικά της Κέρκυρας (906 μέτρα). Μετά την άνοδο στην κορυφή, με απότομο και στενό μονοπάτι του, φαίνεται ολόκληρο το νησί, και με μια ματιά η Αλβανία και με καλό καιρό ακόμα και η Ιταλία. Επίσκεψη στην εκκλησία της Μεταμορφώσεως του Σωτήρα του 19ου αιώνα. Άφιξη στο ξενοδοχείο το απόγευμα. Δείπνο στο εστιατόριο. Ελεύθερος χρόνος. Το ζευγάρι μπορούν να απολαύσουν όλες τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου δωρεάν. Το πρωί, οι νιόπαντροι πάνε για επίσκεψη στο Σιδάρι.</p> <p>4) Πόλη Σιδάρι: Οι τουρίστες θα πάνε με σκάφος πολυτελείας, θα ακολουθήσει μια διαδρομή ανάμεσα σε στενά κανάλια και θα καταλήξουν στο ποιο διάσιμο</p>	<p>Περιήγηση με τα πόδια στο χωριό Γουβιά:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Περίπατο και ελεύθερο χρόνο στο χωριό Κομμένο - Βουνό Παντοκράτορα μια εκδρομή με φωτογράφιση - Μια εκδρομή σε ένα γιοτ στο πέλαγο, πλούσιο πρόγραμμα κατά την διάρκεια της εκδρομής: 	
---	--	--

	<p>κανάλι των ερωτευμένων που είναι μεταξύ των βράχων. Ο μύθος λέει ότι αυτοί οι βράχοι ήταν δύο ερωτευμένοι που πέτρωσαν στην θάλασσα. Οι ντόπιοι πιστεύουν ότι η ερωτευμένοι, αν περάσουν από το κανάλι θα παραμείνουν για πάντα μαζί. Γεύμα στο σκάφος. Ακολουθεί η ποδιά στον τόπο Έρμονες.</p> <p>5) Το χωριό Έρμονε, όπου είναι η πηγή του νερού. Πιστεύεται ότι σε αυτό το σημείο ο Οδυσσέας συνάντησε την «Ναυσικά».</p> <p>6) Πόλη Πέλεκας: Αξιοθέατο - Τρον Κάιζερ. Ελευθέρωσης χάρτινων φαναράκια στον ουρανό. Επίσης παροχή φωτογράφισης και βίντεο. Άφιξη στο ξενοδοχείο. Πολυτελές σπα πρόγραμμα για τους νιόπαντρους. Δείπνο στο ξενοδοχείο.</p> <p>7) Κέρκυρα: πάρκο "Μον Ρεπό" επίσκεψη στο νησί Βίδο.</p> <p>Ξενάγηση στο πάρκο της πόλης Κέρκυρα. Μια εκδρομή στο νησί του Βίδο.</p> <p>Το νησί Βίδο, που περιβάλλεται από πεύκα και καταγάλανα νερά της θάλασσας γνωστό στην αρχαιότητα ως το νησί της θεάς Ήρας, αδελφή του Δία και η θεά του γάμου, φαίνεται γαλήνιο παράδεισο και έχει μια πλούσια ιστορία.</p> <p>Βράδυ, δείπνο στο ένα εστιατόριο με μια χορευτική παράσταση.</p> <p>Το επόμενο πρωί αναχωρήσει.</p>		<p>- Υπηρεσίες φωτογράφισης στην πόλη Πέλεκας:</p> <p>- Μικρή ξενάγηση στην Κέρκυρα και ελεύθερο χρόνο μέχρι το βράδυ.</p>	
Θρησκευτικό ταξίδι	<p>Επιπλέον γεύμα κατά τη διάρκεια της εκδρομής θα προσφέρεται στους τουρίστες στις ταβέρνες κοντά στις εκκλησίες. Δείπνο στο εστιατόριο του ξενοδοχείου.</p> <p>Ένα ξενοδοχείο στην πόλη Κέρκυρα, το άλλο κατά τη διάρκεια της εκδρομής.</p>	7 ημέρες	<p>- Όλα τα μέρη επίσκεψης θα παρέχονται με ξενάγηση κατά την όλη</p>	(586 euro)

<p>στο χωριό του Αγίου Μαθεου. σε αυτό το χωριό θα παρέχονται διαμερίσματα σε ξύλινο στυλ, δίπλα στο μοναστήρι.</p> <p>1) Κέρκυρα: Εκκλησία του Αγίου Σπυρίδωνα καθεδρικό ναό. Στο Μοναστήρι του Αγίου Παρασκευά (την ελληνική εικόνα Αγ. Παρασκευά κρατάει μια κούπα με θεραπευτικά μάτια μέσα, έτσι απευθύνονται με τη βοήθεια της προσευχής για παθήσεις των ματιών, καθώς και προστάτης της οικογένειας):</p> <p>2) Όρος Παντοκράτορα - Μεταμόρφωσης (19ος αιώνας) και το μοναστήρι:</p> <p>3) Παλαιοκαστρίτσα - ανδρικό μοναστήρι με σπάνιες μεταβυζαντινές εικόνες της περιόδου:</p> <p>4) Χωριό Μαρκαδες (εργοστάσιο παραγωγής ελαιολάδου) και Λάκωνες (Εγκαταστάσεις για την παραγωγή λικέρ από κουμκουάτ - πορτοκάλια). Ελεύθερος Χρόνος για την αγορά των προϊόντων (λάδι, λικέρ και κρασιά)</p> <p>5) Εκκλησία Παναγία Μασσαβρισι:</p> <p>6) Το χωριό Γαστούρι: Εκκλησία της Αγία Σκέπη (προστασία), που χτίστηκε το 1795. Γιορτή της εκκλησίας (πανηγύρι) γίνεται στις 28 Μαρτίου, η πλατεία του χωριού γεμίζει με ντόπιους και γλεντάνε με κρασί, γλύκα και παραδοσιακά φαγητά με ζωντανή μουσική και παραδοσιακούς χορούς του νισού. Οι τουρίστας που περνάνε αυτές της μέρες από το χωριό, λαμβάνουν μέρος σε όλο αυτό το πανηγύρι.</p>		<p>διάρκεια της διαδρομής, για κάθε εκκλησία, ναό και ο ξεναγός θα εξηγήσει .</p> <p>– Ο ξεναγός θα είναι με τους τουρίστες κατά την διάρκεια όλης της διαδρομής.</p>
--	--	---

<http://www.corfu-airport-carhire.com/c/kerkyra-αξιοθεατα/> , <http://www.xn--mxahob8ab1a.com.gr/αξιοθέατα-της-κέρκυρας/>

	<p>7) Μοναστήρι του Αγίου Πέτρου. Όπου διατηρούνται τα λείψανα του και πιστεύεται ότι βοηθούν στην έναρξη νέων δραστηριοτήτων στη ζωή, στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και την οικονομική σταθερότητα:</p> <p>8) Κανόνι χερσονήσου, σε απόσταση 4 χλμ από την πρωτεύουσα του νησιού της Κέρκυρας (επίσκεψη στο μοναστήρι της Βλαχέρνας (έζησαν στο παρελθόν στο μέρος μερικές μοναχές, αλλά σήμερα είναι ένα αξιοθέατο Βλαχέρνα)).</p> <ul style="list-style-type: none"> - επίσκεψη το μοναστήρι του νησιού Ποντικονήσι Παντοκράτορα (το δημοφιλές όνομα του νησιού - "Ποντικονήσι": φτάνοντας σε αυτό από μια στενή προβλήτα), (11-12 αιώνα βυζαντινή εκκλησία): Λευκή πέτρινη σκάλα κατεβαίνει από το μοναστήρι στο νερό, από μακριά φαίνεται σαν μια μακρύ λεπτή ουρά του ποντικιού, στο οποίο το νησί και οφείλει το όνομά του. - επίσκεψη στο μοναστήρι της Παναγίας της Πλατυτέρας σπάνιες μεταβυζαντινές εικόνες. <p>Αυτό το νησί είναι διάσημο σύμβολο της Κέρκυρας. Θεωρείται ότι στο Κανόνι χερσονήσου είναι το πιο όμορφο ηλιοβασίλεμα. Σύμφωνα με το μύθο, που περιγράφεται από τον Όμηρο στην «Οδύσσεια», αυτό είναι το μυθικό καράβι του Οδυσσέα, ο οποίος θεός της θάλασσας, Ποσειδώνα μετάρπρεψε σε ένα βράχο.</p> <p>-Ελεύθερη μέρα για τους τουρίστες. Το απόγευμα (στις 18:00) - αναχωρήσεις από το αεροδρόμιο της Κέρκυρας</p>			
--	--	--	--	--

<http://www.kerkyrainfo.gr/kerkyratown/aksiotheata/index.html> , <http://el.wikipedia.org/wiki/Κέρκυρα/> , <http://www.corfu.gr/web/guest/visitor/sights/museums>

2.5 Υπολογισμός κόστους των ταξιδιών (πακέτων)

Υπολογισμός του συνολικού κόστους του τουριστικού προϊόντος είναι ένα λογιστικό σύστημα στο οποίο όλα τα έξοδα (μεταβλητά και σταθερά) κατανέμονται σε όλα τα είδη του τουριστικού προϊόντος. Η μέθοδος υπολογισμού του συνολικού κόστους δίνει τη δυνατότητα για μια ολική εικόνα για τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν από τον οργανισμό κατά τη διαμόρφωση και την εφαρμογή του προϊόντος.

Κόστος ταξιδιού υπολογίζεται ως εξής:

- υπηρεσίες μεταφορών
- διαμονή (κόστος πολλαπλασιάζεται με της διανυκτερεύσεις)
- εστίαση
- αμοιβή υπηρεσιών συνοδευτικό προσωπικό (οδηγοί, ξεναγοί, ο επικεφαλής της ομάδας)
- τουριστική ασφάλιση, τις θεωρήσεις και τα προξενικά έξοδα
- εκδρομές
- εισιτήρια για πολιτιστικά και ψυχαγωγικά προγράμματα, εισιτήρια για εισόδους σε μουσεία, ιστορικούς χώρους
- πρόσθετες χρεώσεις (10 - 20%);

Συνολικό κόστος:

- προστιθέμενο κέρδος (10 – 40%);
- κόστος του ταξιδιού μαζί με το ΦΠΑ.

Για τον υπολογισμό των τουριστικών προϊόντων παίρνεται για παράδειγμα την Μόσχα ως σημείο αναχώρησης και άφιξης (η τιμή του τουριστικού προϊόν θα αυξηθεί-μειωθεί άμα το σημείο αναχώρησης και άφιξης θα αλλαχτεί, διότι η τιμή των εισιτηρίων θα είναι διαφορετική). Κοστολόγηση του ταξιδιού και στην συνέχεια ανάλυση τα έσοδα από ένα άτομο και από μια ομάδα 46 ατόμων. Για το ρομαντικό ταξίδι υπολογίζεται το κόστος ανά 2 άτομα.

(*Ηγουμενάκης 1999*)

2.5.1. Θρησκευτικό ταξίδι (Πίνακας 9).

Επιπλέον όροι κατά τον υπολογισμό θρησκευτικό ταξίδι:

- 1) ανά διαμονή θεωρείται ένα δίκλινο δωμάτιο
- 2) η πτήση δεν συμπεριλαμβάνεται στην τιμή του τουριστικού πακέτου
- 3) ανά διαμονή θεωρείται έκπτωση 30% (επειδή γίνετε κρατήσει σχεδόν ολόκληρο το ξενοδοχείο σε μη τουριστική περίοδο).

Πίνακας 9: Κοστολόγηση για το θρησκευτικό ταξίδι

Αρ.	Στοιχεία υπολογισμού κόστους	Τιμή ανά άτομο	Τιμή ανά ομάδα 46 ατόμων	Σε %
1.	Θεωρήσεις (η εταιρεία: συλλέγει της αίτησης θεώρησης, Προξενείο - κάνει τις θεωρήσεις, τα τέλη θεώρησης θέτει το Προξενείο της Ελλάδα)	30 €	1380 €	16,5
2.	Τουριστικές ασφάλειες (εκδίδεται από ασφαλιστικό φορέα που συνεργάζεται με την εταιρεία)	13 €	598 €	5,5
3.	Τα έξοδα μεταφοράς			
	Έξοδα λεωφορείου (βενζίνη, μισθό οδηγού)	12,5 €	575 €	5
4.	Έξοδα διανυκτερεύσεων	147€	6762 €	36
5.	Έξοδα εστιασης	126€	5796 €	18,5
6.	Τα έξοδα της εκδρομής (μισθός του ξεναγού)	20,5 €	943 €	10,5
	Σύνολο άμεσων δαπανών:	349€	16054 €	100
8.	Οι έμμεσες δαπάνες του ταξιδιωτικού πράκτορα	22 €	1012 €	6,2
9.	Εμπορικά έξοδα (διαφήμιση, μάρκετινγκ)	12 €	552 €	3,8
	Συνολικές δαπάνες:	383 €	17618 €	10
	Συνολικό ποσοστό των άμεσων δαπανών της συνολικές δαπάνες είναι: $100\% - (6,2\% + 3,8\%) = 90\%$			
10.	ΦΠΑ - 23%	88,09 €	4052,14 €	-
11.	Κέρδος 30% της συνολικές δαπάνες	114,9 €	5285,4 €	-
12.	Το συνολικό κόστος του πακέτου	585,99 €	26955,54 €	-

Η συνολική τιμή του πακέτου ανά άτομο είναι 586 €.

2.5.2. Ρομαντικό ταξίδι (Πίνακας 10).

Ο υπολογισμός του ταξιδιού θα είναι ανά ζευγάρι (2 άτομα).

- 1) η πτήση συμπεριλαμβάνεται στην τιμή του τουριστικού πακέτου
- 2) στον υπολογισμό λαμβάνεται υπόψη ένα δίκλινο δωμάτιο τύπου «Superior» για 2 άτομα
- 3) Στην τιμή περιλαμβάνεται φωτογράφιση και όλα τα εισιτήρια εισόδου για να επισκεφθούν ιστορικά μνημεία και άλλα αξιοθέατα.

Πίνακας 10: Κοστολόγηση του ρομαντικού ταξιδιού

Αρ.	Στοιχεία υπολογισμού κόστους	Τιμή για 2 άτομο	Σε %
1.	Θεωρήσεις (η εταιρεία: συλλέγει της αίτησης θεώρησης, Προξενείο - κάνει τις θεωρήσεις, τα τέλη θεώρησης θέτει το Προξενείο της Ελλάδα)	60 €	10
2.	Τουριστικές ασφάλειες (εκδίδεται από ασφαλιστικό φορέα που συνεργάζεται με την εταιρεία)	30 €	5,5
3.	Τα έξοδα μεταφοράς		
	Έξοδα οχήματος πολυτελείας (βενζίνη, μισθό οδηγού)	15 €	5
	Έξοδα σκάφος (γιοτ)	55 €	20
4.	Έξοδα διανυχτέρευσης	500 €	34
5.	Έξοδα εστιασης	180 €	15
6.	Τα έξοδα της εκδρομής (μισθός του ξεναγού), εισιτήρια σε μουσεία.	25 €	2,5
7.	Φωτογραφίες – βίντεο κατά την διάρκεια όλου του ταξιδιού	20 €	8
	Σύνολο άμεσων δαπανών:	885 €	100
8.	Οι έμμεσες δαπάνες του ταξιδιωτικού πράκτορα	22 €	6,2
9.	Εμπορικά έξοδα (διαφήμιση, μάρκετινγκ)	12 €	3,8
	Συνολικές δαπάνες:	919€	10
	Συνολικό ποσοστό των άμεσων δαπανών της συνολικές δαπάνες είναι: $100\% - (6,2\% + 3,8\%) = 90\%$		
10.	ΦΠΑ - 23%	211,37 €	-
11.	Κέρδος 30% της συνολικές δαπάνες	275,7 €	-
12.	Το συνολικό κόστος του πακέτου	1406,07€	-
13.	Αεροπορικά εισιτήρια (περίπου 450 ευρώ με επιστροφή); * η τιμή εισιτηρίου θα αλλάζει ανάλογα με την πόλη αναχώρησης.	450 €	

Το συνολικό κόστος του ταξιδιού για δύο άτομα είναι € 1406, ενώ με τα Αεροπορικά εισιτήρια = 1.856.

2.5.3. Εκπαιδευτικό ταξίδι (για μαθητές) (Πίνακας 11).

- 1) όλα τα πρόσθετα έξοδα περιλαμβάνονται στην τιμή του πακέτου (εκθέσεις άμα γίνονται κατά την διάρκεια του ταξιδιού, εισιτήρια μουσείου).
- 2) ανά διαμονή θεωρείται έκπτωση 30% (επειδή γίνετε κρατήσει σχεδόν ολόκληρο το ξενοδοχείο σε μη τουριστική περίοδο).
- 3) Η κοστολόγηση του πακέτου γίνετε σε δίκλινο δωμάτιο
- 4) η πτήση δεν συμπεριλαμβάνεται στην τιμή του τουριστικού πακέτου (δεδομένου ότι η τιμή εισιτηρίου κυμαίνεται ανάλογα με την πόλη αναχώρησης).

Πίνακας 11: Κοστολόγηση του εκπαιδευτικού ταξιδιού

Αρ.	Στοιχεία υπολογισμού κόστους	Τιμή ανά άτομο	Τιμή ανά ομάδα 46 ατόμων	Σε %
1.	Θεωρήσεις (η εταιρεία: συλλέγει της αίτησης θεώρησης, Προξενείο - κάνει τις θεωρήσεις, τα τέλη θεώρησης θέτει το Προξενείο της Ελλάδα)	20 €	920 €	16,5
2.	Τουριστικές ασφάλειες (εκδίδεται από ασφαλιστικό φορέα που συνεργάζεται με την εταιρεία)	13 €	598 €	5,5
3.	Τα έξοδα μεταφοράς			
	Έξοδα λεωφορείου (βενζίνη, μισθό οδηγού)	13 €	598 €	5
4.	Έξοδα διανυχτέρευσης	93,8€	4314,8 €	36
5.	Έξοδα εστιασης	90 €	4140 €	18,5
6.	Τα έξοδα της εκδρομής (μισθός του ξεναγού), πρόσθετα υπηρεσίες	20 €	920 €	10,5
Σύνολο άμεσων δαπανών:		249,8 €	11490,8 €	100
8.	Οι έμμεσες δαπάνες του ταξιδιωτικού πράκτορα	22 €	1012 €	6,2
9.	Εμπορικά έξοδα (διαφήμιση, μάρκετινγκ)	10 €	460 €	3,8
Συνολικές δαπάνες:		281,8 €	12962,8 €	10
Συνολικό ποσοστό των άμεσων δαπανών της συνολικές δαπάνες είναι: $100\% - (6,2\% + 2,8\%) = 90\%$				
10.	ΦΠΑ - 23%	64,81 €	2981,26 €	-
11.	Κέρδος 30% της συνολικές δαπάνες	84,54 €	3888,84 €	-
12.	Το συνολικό κόστος του πακέτου	431,15 €	19832,9 €	-

Η συνολική τιμή του πακέτου ανά άτομο είναι 432€.

Τα έσοδα από τα τουριστικά προϊόντα (πακέτα) ανά άτομο (χωρίς τα αεροπορικά εισιτήρια) θα είναι:

1. Θρησκευτικό ταξίδι είναι 114,9 €
2. Ρομαντικό ταξίδι είναι 137,85, ανά 2 άτομα 271,7 €
3. Εκπεδευτικό ταξίδι είναι 84,54 €

<http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/13427>

2.6 Στρατηγική πωλήσεων

Μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού: είναι ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την πώληση και την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών, την τόνωση της ζήτησης αποκτήσεις, και την τιμολόγηση. Αυτή η δραστηριότητα βοηθά στην προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών από τον παραγωγό στον καταναλωτή, προκειμένου να αποκτήσουν το μέγιστο κέρδος και να ανταποκριθεί πιο αποτελεσματικά στις ανάγκες των ομάδων-στόχων των τουριστών. Η ιδιαιτερότητα του μάρκετινγκ στον τουρισμό ορίζεται από τα χαρακτηριστικά και της διακριτικές ιδιότητες του τουριστικού προϊόντος (σε σύγκριση με τα άλλα καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες), καθώς και η δυνατότητα των καταναλωτών και των παραγωγών του τουρισμού σε αγαθά και υπηρεσίες.

Στην αρχή της εισαγωγής των τουριστικών προϊόντων στη διαδικασία της πώλησης, θα πρέπει να ελέγξει το έργο του. Γι 'αυτό το τουριστικό προϊόν θα δοκιμαστεί ως ενημερωτική περιήγηση μεταξύ των υπαλλήλων, κυρίως ανάμεσα στους διευθυντές της εταιρείας «Beleon Tours». Μετά τον «έλεγχο» το προϊόν θα πρέπει να επανεξεταστεί και να αναθεωρηθεί, εάν είναι απαραίτητο. Στη συνέχεια η διαφήμιση του προϊόντος ως νέο και μοναδικό στον τομέα του τουρισμού.

Καλή και σωστή διαφήμιση είναι το κύριο μέσο πώλησης. Το τουριστικό προϊόν θα παρουσιαστεί από την επιτυχία, σταθερής ανάπτυξη της εταιρίας «Beleon Tours» αυτό είναι μέρος της διαφήμισης. Είναι απαραίτητο να αναπτυχθούν διάφορα προγράμματα για την προώθηση των προϊόντων που θα δείξει όλα τα πλεονεκτήματα των τουριστικών υπηρεσιών.

Δεδομένου ότι το τουριστικό προϊόν έχει μερικές κατεύθυνσης με διαφορετικά δρομολόγια, είναι απαραίτητο να προσδιοριστούν κοινές δραστηριότητες για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος και μεμονωμένα που απευθύνονται για κάθε ταξίδι (Πίνακας 12).
<https://wikimarkt.wikispaces.com/H+στρατηγική+της+διανομής>

Ονομασία για κάθε ταξίδι θα πραγματοποιηθεί λαμβάνοντας υπόψη την ευκολία απομνημόνευσης και προφορά (θρησκευτικό ταξίδι - "Ιερούς τόπους της Κέρκυρας", εκπαιδευτικό ταξίδι για μαθητές - "Μαθαίνοντας και βλέποντας το παρελθόν μας", ρομαντικό ταξίδι - "ζώντας ένα ελληνικό μύθο").

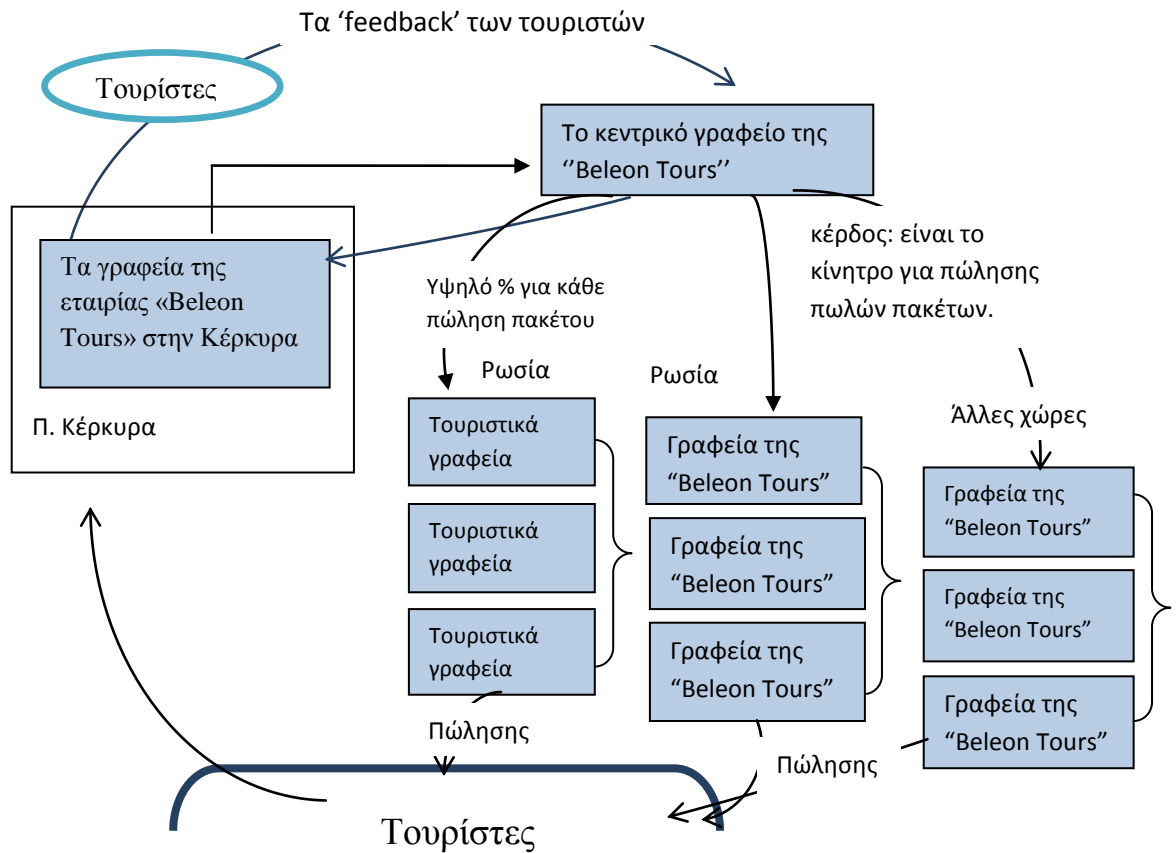
Πίνακας 12

2.6.1. Στρατηγική πωλήσεων τουριστικού προϊόντος στην Κέρκυρα

Όνομα ταξιδιού	Καινές εκδηλώσεις (κοινά στοιχεία διαφήμισης)	Μεμονωμένες εκδηλώσεις
Θρησκευτικό ταξίδι - "Ιερούς τόπους της Κέρκυρας"	1) Γνωριμία ταξιδιού. Για την πρόσφορα και την πωλήσει των τουριστικών προϊόντων, πρέπει να γίνεται κατανοητό τι προσφέρετε. Μιας και το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν, έχει ένα μοναδικό χαρακτηριστικό ως ξεκούραση, ο καλύτερος τρόπος να μαθευτεί αυτό είναι ταξιδεύοντας οι ίδιοι. Για τους υπαλλήλους της εταιρείας «Beleon Tours» θα αναπτυχτεί ένα κίνητρο: οι υπάλληλοι που θα πουλήσουν τα περισσότερα καλοκαιρινά πακέτα ταξιδιών στα νησιά της Ελλάδας θα τους δοθεί ένα ταξίδι με το νέο δρομολόγιο. Λαμβάνοντας ένα τέτοιο δώρο από την εταιρεία για μια καλή δουλειά, θα υπάρχει δυνατότητα για οποιοσδήποτε μάνατζερ, ανεξάρτητα από την τοποθεσία του γραφείου που εργάζεται. Οι μάνατζερ μετά από τέτοιο ταξίδι θα ξέρουν πώς να παρουσιάσουν το τουριστικό προϊόν στον πελάτη, το που πρέπει να επικεντρωθούν και σε τι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση, προκειμένου να πουληθεί με επιτυχία και οι πελάτες να μένουν ικανοποιημένοι.	1) Η διαφήμιση σε σχετικές δημοσιεύσεις με θρησκευτικό προσανατολισμό 2) Δωρεάν διαφημιστικούς καταλόγους από την «Beleon Tours» που θα είναι μοιρασμένο στα αεροδρόμια και στα μέσα μαζικής μεταφοράς.
Ρομαντικό ταξίδι - "Ζώντας ένα ελληνικό μύθο".	2) Η εμπορική διαφήμιση (διαφήμιση ταξιδιού).	-Πρόγραμμα με μπόνους: Κατά την παραγγελία του ταξιδιού 3 μήνες πριν από την έναρξη του, το ζευγάρι λαμβάνει ένα δωρεάν εισιτήριο πτήση προς Κέρκυρα (όροι: Αν κάποιος τουρίστας αγοράζει ένα εισιτήριο εκ των προτέρων, τότε δίνεται δωρεάν πτήση προς τις δύο κατευθύνσεις). Η προσφορά ισχύει μόνο εάν η πόλη αναχώρησης είναι Μόσχα ή Αγία Πετρούπολη. Το πώς ο τουρίστας έφτασε σε αυτήν την πόλη δεν έχει σημασία.

<p>Εκπαιδευτικό ταξίδι για μαθητές - "Μαθαίνοντας και βλέποντας το παρελθόν μας"</p>	<p>Για την γνωριμία του τουριστικού προϊόντος με τους πολίτες όχι μόνο στα γραφεία της εταιρίας για της καλύτερες διακοπές αλλά και από εξωτερικές πηγές, όπως χρήση μαζική εμπορική διαφήμιση.</p> <p>Η εταιρεία θα χρησιμοποιήσει δύο είδη κοινωνικής διαφήμιση: - πινάκων διαφημίσεων, αφίσες στους οδούς στις μεγάλες πόλεις. Για αρχική ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων πινάκων διαφημίσεων θα εγκατασταθούν στους οδούς της Μόσχας, όπου είναι ο μεγαλύτερος αριθμός των γραφείων και τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας "Beleon Tours".</p> <p>- Η διαφήμιση στο Διαδίκτυο</p> <p>Στης σημερινές μέρες το διαδίκτυο είναι το πιο αποτελεσματικό διαφημιστικό μέσο, δηλαδή η διαφήμιση σε κοινωνικά δίκτυα γνωστά ως ιστοσελίδες και μηχανές αναζήτησης. Η εταιρεία "Beleon Tours" έχει ήδη ενημερωτικές και διαφημιστικές ομάδες σε κοινωνικά δίκτυα όπως το "Vkontakte», «Odnaklasniki», «Facebook» και «Twtter». Πληροφορίες σχετικά με τα νέα τουριστικά προϊόντα θα είναι διαθέσιμα σε αυτά τα κοινωνικά δίκτυα, καθώς και πανό στις κύριες σελίδες μηχανών αναζήτησης: «Yandex» και «Google».</p>	<p>Ενημερωτικές διαφημιστικές παρουσιάσεις σε ιδιωτικά σχολεία.</p> <p>Το τουριστικό προϊόν επικεντρώνεται σε μαθητές λυκείου, καθώς και στους μαθητές γυμνασίου. Για να μάθουν οι μαθητές για το καινούριο τουριστικό πακέτο που είναι για αυτούς και όχι για της παραλιακές δίκωπες.</p> <p>Εκπρόσωποι της εταιρείας «Beleon Tours» θα πραγματοποιήσουν μια παρουσίαση, μιλώντας για την Ελλάδα στο σύνολό της, για το νησί της Κέρκυρας και τι μπορεί να μάθει και τι να δει κανείς, ενώ ταξιδεύουν σε όλο το νησί. Παρουσίαση θα πραγματοποιηθεί σε ιδιωτικά σχολεία, καθώς η τιμή του προϊόντος είναι υψηλή και η δυνατότητα πληρωμής ενός τέτοιου προϊόντος, είναι για οικογένειες με υψηλό εισοδήματα.</p> <p>Η εταιρεία, επίσης, «Beleon Tours» θα συνεργαστεί με τις κρατικές εκπαιδευτικές αρχές, θα προσφέρει το τουριστικό προϊόν, για να ενθαρρύνει τους μαθητές στους διαφόρους διαγωνισμούς που θα γίνουν στα σχολεία η στην περιφέρεια και θα προσφερθεί το τουριστικό προϊόν σαν δώρο σε αυτούς που θα είναι οι νικητές.</p>
--	---	---

Δημιουργία ένα σχεδιάγραμμα πώλησης των προϊόντων (πακέτων) και η αλυσίδες μεταξύ γραφείων (Σχεδιάγραμμα 8).



Σχεδιάγραμμα 8: Σχέδιο πώλησης του τουριστικού προϊόντος

Η εταιρεία "Beleon Tours" θα χρησιμοποιήσει τις ακόλουθες μεθόδους για πώλησης του τουριστικού προϊόντος: (υποθετικός μεθόδους)

- 1) Μέσω των γραφείων της εταιρείας "Beleon Tours", όπως στη Ρωσία έτσι και σε άλλες χώρες.

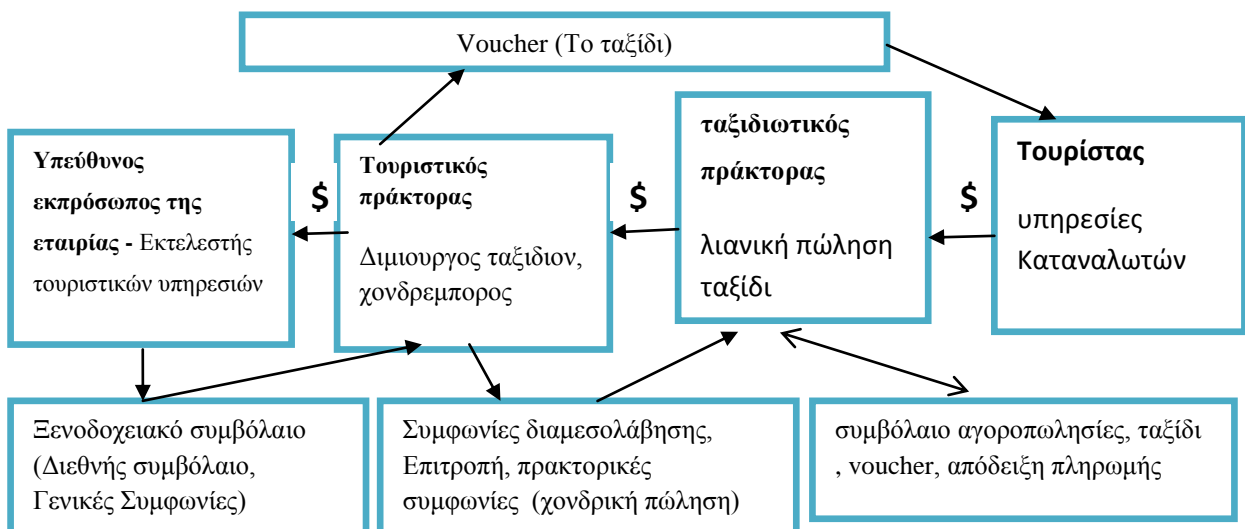
Για τους υπαλλήλους της εταιρείας θα αναπτυχτούν ειδικά κίνητρα. Για την πώληση 4ων ταξιδιών το μήνα ο στέλεχος της εταιρείας θα πάρει προσαφξισει του μισθού του κατά 1/3 του μηνιαίου μισθού. Για την πώληση άνω των 5 ταξιδιών θα λαμβάνουν αύξηση του μισθού κατά 1/2 του μηνιαίου μισθό. Αν θα πουλήσουν λιγότερο από 4 ταξίδια το μηνά τότε ο υπολογισμός θα γίνετε ως εξής: 1 ταξίδι – 2% από την τιμή του ταξιδιού, 2 ταξίδια - 3%, 3 ταξίδια – 4% από κάθε πώληση ταξιδιού (τα αεροπορικά εισιτήρια δεν συμπεριλαμβάνονται). Τέτοιο κίνητρο θα είναι για όλους τους υπαλλήλους πωλήσεων της εταιρείας σε όλα τα γραφεία δεν έχει σημασία η θέση του γραφείου. (Όλα τα παραπάνω είναι υποθετικούς αριθμούς και υποθετικά κίνητρα).

2) Μέσω των ταξιδιωτικών γραφείων (travel agencies), που βρίσκονται στο έδαφος της Ρωσίας (Σχεδιάγραμμα 9)

Συνεργασία με τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι μια σημαντική εστίαση των στρατηγικών δραστηριοτήτων του κάθε τουριστικού πράκτορα. Ο ρόλος των ταξιδιωτικών γραφείων και την επιτυχία τους δεν πρέπει να αμφισβητηθεί διότι δεν έχει σημασία το ποσό καλό και οργανωμένο είναι ένα πακέτο από τον τουριστικό πράκτορα χωρίς τα τουριστικά γραφεία οι μελλοντικοί πελάτες (τουρίστας) Αργκούν να το αποκτήσουν.

Στα γραφεία του τουριστικού πράκτορα “Beleon Tours” υπάρχει ένα ολόκληρο τμήμα υπαλλήλων που συνεργάζονται, με ταξιδιωτικά γραφεία για ανάπτυξη νέων μέσων για την προώθηση και την βελτίωση της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων του πακέτου, για τα ταξιδιωτικά γραφεία. Ο τουριστικός πράκτορας έχει ένα στόχο όταν συνεργάζεται με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες την διαφήμιση ταξιδιών και την πώλησή τους, στους καταναλωτές με την βοήθεια των διαθέσιμων πρακτόρων, μεθόδους:

- 1) κάθε ταξιδιωτικός πράκτορας, που εργάζεται για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα στην αγορά του τουρισμού, και υπάρχει μια πελατειακή βάση (επαναλαμβανομένους πελάτες). Για κάθε ένα ταξίδι που πουλάει, ο πράκτορας λαμβάνει μια υψηλότερη αμοιβή το 7% (υποθετικό ποσοστό) του κόστους του ταξιδιού (αεροπορικό εισιτήριο δεν περιλαμβάνεται)
- 2) ο ταξιδιωτικός πράκτορας με τα έξοδα του αν επιθυμεί δημιουργήσει νέα προώθηση για το τουριστικό ταξίδι, διότι είναι στο συμφέρον του να πούληση εκκινώ το ταξίδι που λάμβανα το μεγαλύτερο κέρδος.



Σχεδιάγραμμα 9: Συνεργασία μεταξύ τουριστικού πράκτορα και ταξιδιωτικός πράκτορας

2.7 Κίνδυνοι που σχετίζονται με την πώληση του ανεπτυγμένου τουριστικού προϊόντος

Ανάπτυξη και εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά περιλαμβάνουν σημαντικούς κινδύνους.

Ανάπτυξη και εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά είναι επικίνδυνο για τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς πολλά από τα νέα προϊόντα που εισέρχονται στην αγορά αποτυγχάνουν. Πιθανούς λόγους για τέτοιες αποτυχίες είναι τα εξής:

- 1) λανθασμένη αναγνώριση των αναγκών των πελατών ή οποιοδήποτε άλλο λάθος στο σχεδιασμό των καινοτόμων προϊόντων
- 2) ακατάλληλη τοποθέτηση του νέου προϊόντος στην αγορά
- 3) αυξημένη τιμή
- 4) αποτυχία του συστήματος διανομής
- 5) κακή οργάνωση διαφήμιση
- 6) υποεκτίμηση στις δυνατότητες των ανταγωνιστών.
- 7) Εξέτασης τον πιθανόν κινδύνων στην εισαγωγή του τουριστικού προϊόντος στην ελληνική τουριστική αγορά (Πίνακας 13).

(kotler, et. Al. 1999)

<http://tourlib.net>

2.7.1. Πιθανοί κίνδυνοι των τουριστικών προϊόντων στην Κέρκυρα

Αρ.	Κίνδυνος	Λύση
1	Το τουριστικό προϊόν στο νησί της Κέρκυρας το χειμώνα μπορεί να αποτρέψει τους πελάτες όταν θα προσφερθεί με την ίδια ισοτιμία με άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς, διότι οι πελάτες δεν γνωρίζουν τέτοιο είδους διακοπών σε τέτοιο μέρος. «Και τι να κάνω στην Κέρκυρα το χειμώνα; Η Ελλάδα, είναι μόνο το καλοκαιρινές διακοπές», Τέτοιες ερωτήσεις μπορούν να ακολουθηθούν από τους πελάτες. " Χειμερινή Ελλάδα" - είναι μια άγνωστη έννοια για τους τουρίστες.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ο ειδικευμένος στέλεχος πρέπει σωστά και με ενδιαφέρον να παρουσιάσει το τουριστικό προϊόν, για να ενδιαφερθούν οι αγοραστές (τουρίστες) 2) Πρόσθετη εμπορική διαφήμιση δίνοντας έμφαση στην μοναδικότητα της διαδρομής του ταξιδίου (εκπαιδευτικά, θρησκευτικά, γαμήλια).
2	Στην προγραμματισμένη ημερομηνία του ταξιδίου μπορεί να μην συμπληρωθεί η ομάδα (για παράδειγμα μια ομάδα μαθητών)	<ol style="list-style-type: none"> 1) η χρήση των "τελευταίων στιγμών ταξίδια" 2) την αποστολή εργαζομένων σε ένα ταξίδι - απρογραμμάτιστο ταξίδι (αντιμετωπίσει ορισμένα θέματα οργάνωσης).
3	Κλιματικών κινδύνων κακοκαιρία στο νησί κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.	Άμεση επαναδρομολόγηση (Ακύρωση πεζοπορικές βόλτες, δημιουργώντας περισσότερες επισκέψεις σε μουσεία και εκκλησίες, μπορεί και επίσκεψη στα θέατρα, Φιλαρμονική, ελληνικές βραδιές μουσικής).

Έτσι, η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος και την εισαγωγή του στην ρώσικη τουριστική αγορά, με εξέταση των πιθανών κινδύνων που σχετίζονται με την εφαρμογή του. Είναι σημαντικό να εξεταστούν όλες η όψεις, που σχετίζονται με τον κίνδυνους που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.




Για την τουριστική εταιρεία «Beleon Tours», η οποία θα στείλει τουρίστες για διακοπές στην Ελλάδα στο νησί Κέρκυρα, θα είναι σημαντικό να ενημερωθούν οι τουρίστες για όλες τις πιθανές περιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν κατά την άφιξή τους στην χώρα (για παράδειγμα: εγκλιματισμό, αγγωτική κατάσταση όταν εισέρχονται στην χώρα με ριζικά διαφορετικά έθιμα και παραδόσεις, η απότομη αλλαγή του καιρού, εξαιρετική κουζίνα διαφορετική από την συνηθισμένη). Οι εταιρείες είναι υποχρεωμένες να παρέχουν ασφαλιστικά έγγραφα, τα οποία παρέχουν μια εγγύηση για την προστασία των τουριστών καθ 'όλη τη διάρκεια του ταξιδιού.

Κεφάλαιο 3. Ενδεικτικά δέγματα διαφημιστικών φυλλαδίων για κάθε προτεινόμενο πακέτο





Μετά από ανάλυση και έρευνα στα τουριστικά προϊόντα του νησιού της Κέρκυρας. Παρατηρήθηκε ότι η ιστορία του νησιού είναι πολύ μεγάλη και εμπλέκεται με πολλούς πολιτισμούς. Χάρι σε αυτό, το νησί προσφέρει πάρα πολλά ιστορικά μέρη, μούσια, κάστρα και εκκλησίες πολλών πολιτισμών.

Αναλύοντας όλα αυτά τα παραπάνω και μετά από πολλές άλλες αναλύσεις: οπός ξενοδοχειακές μονάδες, έρευνα αγορά, κοστολογήσεις, στρατηγική πωλήσεων, τρόποι πώλησης και πιθανή κίνδυνοι, δημιουργήθηκαν τα προτεινόμενα τουριστικά πακέτα, στους παρακάτω πίνακες.


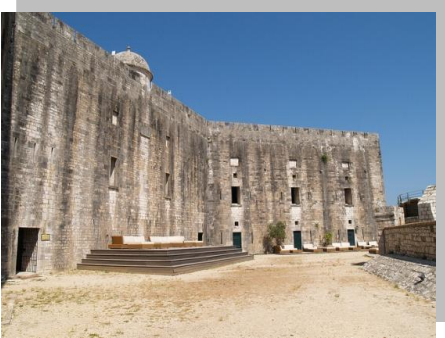

3.1 Ρομαντικό ταξίδι "Ζώντας ένα ελληνικό μύθο"

Ημερες	Περιγραφή
1 ήμερα	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Οι τουρίστες φθάνουν μεσημεριανή ώρα στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας, όπου τους συναντά ένας ξεναγός ο οποίος θα τους συνοδεύει κατά την διάρκεια όλου του ταξιδιού. Το ζευγάρι θα κατευθυνθεί με ένα πολυτελές αμάξι προς το εστιατόριο για μεσημεριανό, το οποίο βρίσκεται στην πολιτιστική καρδιά της πόλης Κέρκυρας, δίπλα στην πλατεία Εσπλανάδα που είναι από τα πιο όμορφα μέρη του νησιού. ✓ Περιήγηση στην πόλη με μια λευκή άμαξα και φωτογράφιση για το ζευγάρι το οποίο είναι δωρεάν (περιλαμβάνεται στην τιμή). ✓ Check-in στο ξενοδοχείο «Corfu Holiday Palace», Θεραπεία στο SPA και ρομαντικό δείπνο με σύστημα “μενού” παρακολουθώντας βραδινή παράσταση του ξενοδοχείου. 
2 ήμερα	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Η επόμενη ημέρα: ημέρα του γάμου, για το ζευγάρι θα οργανωθεί ο γάμος στην εκκλησία «Αγίου Σπυρίδωνα» στην κεντρική εκκλησία του νησιού. Ο γάμος θα πραγματοποιηθεί με όλες της χριστιανικές παραδόσεις. ✓ Στην συνέχεια επίσκεψη στο χωριό Γουβιά, «Bous-Danilia Village» όπου γυρίστηκε ο γάμος στην ταινία «James Bond». ✓ Χωριό Κομμένο: Επίσκεψη στην «Villas James Bond», ελεύθερος χρόνος για ψώνια σε μαγαζιά με παγκόσμια “brands”. Επίσκεψη σε καφετέρια με ελληνικά γλυκά και με θέα στη θάλασσα και άλλα κοντινά νησιά. ✓ Όρος Παντοκράτορα - το υψηλότερο σημείο του νησιού, που βρίσκεται στα βορειοανατολικά της Κέρκυρας (906 μέτρα). Μετά την άνοδο στην κορυφή, μέσω απότομου και στενού μονοπάτι του, από όπου μπορούν να δουν ολόκληρο το νησί και με μια ματιά, φαίνεται η Αλβανία και με καλό καιρό ακόμα και η Ιταλία. Επίσκεψη στην εκκλησία της Μεταμορφώσεως του Σωτήρα του 19ου αιώνα. Άφιξη στο ξενοδοχείο το απόγευμα. Δείπνο στο εστιατόριο. Ελεύθερος χρόνος. Το ζευγάρι μπορούν να απολαύσουν όλες τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου δωρεάν. Το επόμενο πρωί, οι νιόπαντροι πάνε για επίσκεψη στο Σιδάρι. 
3 ήμερα	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Πόλη Σιδάρι: Οι τουρίστες θα πάνε με σκάφος πολυτελείας, θα ακολουθήσει μια διαδρομή ανάμεσα σε στενά κανάλια και θα καταλήξουν στο ποιο διάσιμο κανάλι των ερωτευμένων που είναι μεταξύ βράχων. Ο μύθος λέει ότι αυτοί οι βράχοι ήταν δύο ερωτευμένοι που πέτρωσαν στην θάλασσα. Οι ντόπιοι πιστεύουν ότι η ερωτευμένοι αν περάσουν από το κανάλι θα παραμείνουν για πάντα μαζί. Το ζευγάρι θα έχει ένα πλούσιο γεύμα στο σκάφος με παραδοσιακά πιάτα και ποτά. ✓ Ακολουθεί πορτία στον τόπο Έρμονες. Το χωριό Έρμονε, όπου είναι η πηγή του νερού. Πιστεύεται ότι σε αυτό το σημείο ο Οδυσσεάς συνάντησε την Ναυσικά. ✓ Πόλη Πέλεκας: επίσκεψη σε ένα πολύ γνωστό ιστορικό Αξιοθέατο - Τρον Κάιζερ. Αυτή η τοποθεσία προσφέρει εκπληκτική θέα προς την πόλη Κέρκυρα. Για το ζευγάρι θα υπάρχει δυνατότητα να ελευθερώσει χάρτινα φαναράκια στον ουρανό. Επίσης έχουν δυνατότητα παροχή φωτογράφισης και βίντεο. ✓ Στην συνέχεια άφιξη στο ξενοδοχείο. Το απόγευμα για τους νιόπαντρους προσφέρεται ένα καταπληκτικό spa-θεραπεία. Ρομαντικό δείπνο στο ιταλικό εστιατόριο του ξενοδοχείου. 
4 ήμερα	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ξενάγηση στην πόλη Κέρκυρα: επίσκεψη στο πάρκο "Μον Ρεπό". Μια εκδρομή στο νησί του Βίδο. Το νησί Βίδο, που περιβάλλεται από πεύκα και καταγάλανα νερά της θάλασσας γνωστό στην αρχαιότητα ως το νησί της θεάς Ήρας, αδελφή του Δία και η θεά του γάμου, φαίνεται γαλήνιο παράδεισο και έχει μια πλούσια ιστορία. ✓ Το βραδύ: δείπνο στο εστιατόριο του ξενοδοχείου με επίδειξη παραδοσιακών χορών.
5 ήμερα	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Πρωινό στο ξενοδοχείο, ελεύθερος χρόνος κατά την διάρκεια όλης της ημέρας. ✓ Νωρίς το επόμενο πρωί: «Check out» και αναχωρήσει από το αεροδρόμιο της Κέρκυρας.
1406 ευρώ ενώ (με αεροπορικά 1856 ευρώ)	

3.2 Θρησκευτικό ταξίδι "Ιερούς τόπους της Κέρκυρας"

Ημερες	Περιγραφή
1 ημέρα	<p>✓ Άφιξη νωρίς το πρωί στην πόλη Κέρκυρα. Τους τουρίστες τους περιμένει ένα άνετο λεωφορείο με ξεναγό που θα τους συνοδεύει κατά την διάρκεια όλης της διαδρομής. Άφιξη στο ξενοδοχείο «Cavalieri Hotel» για να πάρουν πρωινό και να ξεκουραστούν λίγο.</p> <p>✓ Η θρησκευτική εκδρομή ξεκάνει στις 12:00 η ώρα στην εκκλησία του «Αγιου Σπυρίδωνα» (κάθε μέρα σε αυτήν την εκκλησία διατηρείτε λειτουργιά από 12:30 – 16:00 οπού οι τουρίστες θα επιστευτούν. Το μεσημεριανό θα οργανωθεί στην ταβέρνα που έχει στην περιοχή.</p> <p>✓ Στη συνέχεια, επίσκεψη τον καθεδρικό ναό με πρόγραμμα εκδρομής.</p> <p>✓ Μοναστήρι του Αγίου Παρασκευά (την ελληνική εικόνα Αγ. Παρασκευά κρατάει μια κούπα με θεραπευτικά μάτια μέσα, έτσι απευθύνονται με τη βοήθεια της προσευχής για παθήσεις των ματιών, καθώς θεωρείτε και προστάτης της οικογενείας. Βραδινή λειτουργιά στο μοναστήρι. Στην συνέχει άφιξη και βραδινό στο ξενοδοχείο.</p>  
2 ημέρα	<p>Εκδρομή στο βουνό Παντοκράτορα που είναι το υψηλότερο σημείο στο νησί της Κέρκυρας με μια ματιά είναι ορατό όλο το νησί. Εκκλησία μεταμόρφωσης του (19⁰⁵ αιώνας) και μοναστήρι. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει μια βόλτα στο πάρκο και μεσημεριανό σε ταβέρνα και συμμετοχή στις λειτουργίες του μοναστηρίου. Αναχώρηση από το ίδιο σημείο , άφιξη στο ξενοδοχείο κατά της 20:00 η ώρα. Δείπνο στο ξενοδοχείο με ζωντανή ελληνική μουσική.</p>
3 ημέρα	<p>✓ Περιοχή Παλαιοκαστρίτσα. Στην περιοχή βρίσκεται ένα ανδρικό μοναστήρι με σπάνιες μεταβυζαντινές εικόνες. Λειτουργιά στο μοναστήρι.</p> <p>✓ Επίσκεψη στο χωριό Μαρκαδες (εργοστάσιο παραγωγής ελαιολάδου) και Λάκωνες (Εγκαταστάσεις για την παραγωγή λικέρ από κουμκουάτ - πορτοκάλια). Ελεύθερος Χρόνος για την αγορά των προϊόντων (λάδι, λικέρ και κρασιά). Βράδυ άφιξη στο ξενοδοχείο. Δείπνο.</p>
4 ημέρα	<p>✓ Η ημέρα ξεκινά με την παρακολούθηση της λειτουργίας σε εκκλησία της Κέρκυρας του (Αγιου Νικόλαου).</p> <p>✓ Οι τουρίστες κατευθύνονται προς το χωριό Γαστούρι: Εκκλησία της Αγία Σκέπη (προστασία), που χτίστηκε το 1795. Γιορτή της εκκλησίας (πανηγύρι) γίνεται στις 28 Μαρτίου, η πλατεία του χωριού γεμίζει με ντόπιους και γλεντάνε με κρασί, γλύκα και παραδοσιακά φαγητά με ζωντανή μουσική και παραδοσιακούς χορούς του νησιού. Οι τουρίστες που περνάνε αυτές τις μέρες από το χωριό, λαμβάνουν μέρος σε όλο αυτό το πανηγύρι. Ελεύθερο χρόνο στο πάρκο της εκκλησίας. Βράδυ αναχώρηση για το ξενοδοχείο. Δείπνο στο ξενοδοχείο.</p>
5 ημέρα	<p>Το πρόγραμμα της ημέρας: επίσκεψη μοναστήρι του Αγίου Πέτρου. Όπου διατηρούνται τα λείψανα του και πιστεύεται ότι βοηθούν στην έναρξη νέων δραστηριοτήτων στην ζωή, στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και την οικονομική σταθερότητα. Παρακολούθησης της λειτουργίας του μοναστηριού και προσκύνημα. Ελεύθερος χρόνος στην περιοχή. Αυτή η εκδρομή στο μοναστήρι διαρκεί ολόκληρη την ημέρα, έτσι το μεσημεριανό θα οργανωθεί σε ταβέρνα. Βράδυ αναχωρήσει για το ξενοδοχείο. Δείπνο στο ξενοδοχείο.</p>
6 ημέρα	<p>Η πόλη Κέρκυρα και το πρόγραμμα εκδρομής: Θα ακόλουθη ένα κομμάτι της ιστορίας, συναρπαστικούς μύθους και θρύλους!!!</p> <p>✓ Κανόνι χερσονήσου, σε απόσταση 4 χλμ από την πρωτεύουσα του νησιού της Κέρκυρας (επίσκεψη στο μοναστήρι της Βλαχέρνας (έζησαν στο παρελθόν σε αυτό μερικές μοναχές, αλλά σήμερα είναι ένα αξιοθέατο Βλαχέρνα)).</p> <p>✓ Επίσκεψη το μοναστήρι του νησιού Ποντικονήσι Παντοκράτορα (το δημοφιλές όνομα του νησιού - "Ποντικονήσι": φτάνοντας σε αυτό από μια στενή προβλήτα) (11-12 αιώνα βυζαντινή εκκλησία): Λευκή πέτρινη σκάλα κατεβαίνει από το μοναστήρι στο νερό, από μακριά φαίνεται σαν μια λεπτή ουρά του ποντικιού, στο οποίο το νησί και οφείλει το όνομά του..</p> <p>✓ επίσκεψη στο μοναστήρι της Παναγίας της Πλατυτέρας σπάνιες μεταβυζαντινές εικόνες.</p> <p>✓ Αυτό το νησί είναι διάσημο σύμβολο της Κέρκυρας. Θεωρείται ότι στο Κανόνι χερσονήσου είναι το πιο όμορφο ηλιοβασιλέμα. Σύμφωνα με το μύθο, που περιγράφεται από τον Όμηρο στην «Οδύσεια», αυτό είναι το μυθικό καράβι του Οδυσσέα το οποίο ο θεός της θάλασσας Ποσειδώνας μετέτρεψε σε βράχο.</p>  
7 ημέρα	<p>Ελεύθερη μέρα για τους τουρίστες. Το απόγευμα (στις 18:00) - αναχωρήσεις από το αεροδρόμιο της Κέρκυρας.</p>
	586 ευρώ

3.3 Εκπαιδευτικό ταξίδι "Μαθαίνοντας και βλέποντας το παρελθόν μας"

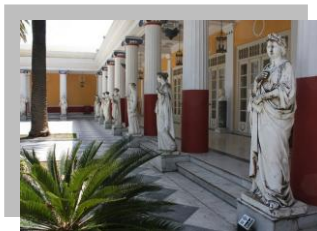
Ημερες	Περιγραφή
1 ημέρα	<p>✓ Πόλη Κέρκυρα (άφιξη το πρωί). Ξενάγηση στα αξιοθέατα της πόλης. Επίσκεψη στα παρακάτω αξιοθέατα: Παλαιό Φρούριο, "Ρωσικό όπλο», Ιόνιο Πανεπιστήμιο, πλατεία Σπιαναδα και στην οδό Λιστών, Παλιό Λιμάνι, το Νέο Φρούριο και το μνημείο του ναυάρχου Φιοντόρ Ουσάκωφ. Επιπλέον μια βόλτα με το πλοίο μέχρι το νησί Βιδο και επίσκεψη στην εκκλησία της βυζαντινής εποχής + ελεύθερο χρόνο. Στη συνέχεια επιστροφή και γεύμα στο εστιατόριο «Everest» στο κέντρο της πόλης.</p>  <p>✓ Χωριό Γουβία: Στο χωριό υπάρχει ένα μουσείο της «παραδοσιακής Ελλάδας». Στο οποίο παρουσιάζονται αντικείμενα και έργα τέχνης της καθημερινής ζωής από την αρχαία Ελλάδα: σκεύη, είδη ένδυσης και υπόδησης, αξεσουάρ και είδη χειροτεχνίας.</p> <p>✓ Περιοχή Κασσιόπη. Στην Κασσιόπη Ο Όσκαρ Ουάιλντ έγραψε το ποίημα «Ravenna», θαυμάζοντας την ομορφιά του τόπου. Σπίτια με λευκούς τοίχους και κόκκινες σκεπές που κτιστήκαν κοντά στα ερείπια του παλιού κάστρου. Όταν οι Ρωμαίοι κατέκτησαν το νησί το 227 π.Χ, η Κασσιόπη ήταν ένα φυσικό τόπο στάθμευσης για τις θαλάσσιες διαδρομές. Σύμφωνα με το μύθο, κατά τη διάρκεια μιας από αυτές τις στάσεις την Κασσιόπη επισκέφθηκε ο αυτοκράτορας «Νέρων». Το βράδυ άφιξη στο ξενοδοχείο «Hotel Apollon» στην περιοχή Παλαιοκαστρίτσα. Δείπνο στο ξενοδοχείο.</p> 
2 ημέρα	<p>Παλαιοκαστρίτσα: επίσκεψη στο Φρούριο αγγέλων "Αγγελόκαστρο" (Κάστρο βυζαντινής εποχής), ρωσικό όπλο (μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο). Η εκδρομή είναι για όλη την ημέρα, και θα υπάρχει ένας έλεγχος μέσου παιχνιδιού το τη έμαθαν η μαθητές από την προηγούμενη ημέρα. Επίσκεψη στο πάρκο της Παλαιοκαστρίτσας. Ένα διάλειμμα σε μια καφετέρια για καφέ, τσάι και ελληνικά γλυκά. Το βράδυ άφιξη στο Ξενοδοχείο, ελεύθερος χρόνος και δείπνο με χορό και τραγούδι. Την επόμενη ημέρα πρωινό στο εστιατόριο του ξενοδοχείο.</p>
3 ημέρα	<p>✓ Επίσκεψη στο «Γαρδίκι κάστρο» (μεσαιωνικό του 13ου αιώνα, ήταν πνευματικός δεσπότης ο «Μιχαήλ Κομνηνός Δούκας»). Κοντά στο κάστρο Γαρδίκι ήταν ένα μικρό χωριό «Ζιγανος», το οποία καταστράφηκε ολοσχερώς κατά τη διάρκεια μιας επιδρομής των Τούρκων, με επικεφαλής τον 'Herentina' «πέραςμα Μπαρμπάρσα 1537μ.χ».</p>  <p>✓ Εκδρομή στην «Λίμνη Κορισσίων». Μία από τις πιο ελκυστικές περιοχές του οικολογικού τουρισμού. Είναι η μεγαλύτερη λίμνη γλυκού νερού, η οποία χωρίζεται από την θάλασσα από μια στενή λωρίδα γης η οποία είναι μερικά μέτρα σε πλάτος. Στη λίμνη φωλιάζουν σπάνια πουλιά, όπως ερωδιοί. Είναι η κατοικία σε χελώνες, και ανθισμένα ορχιδέες. Βραδυ άφιξη στο ξενοδοχείο της Κερκύρας «Hotel Atlantis», ελεύθερο χρόνο και δείπνο με πρόγραμμα ψυχαγωγίας. Επόμενη ημέρα πρωινό στο ξενοδοχείο.</p>
4 ημέρα	<p>Τα χωριά Μπενίτσες και Γαστούρι.</p> <p>✓ Το μεσημεριανό σε ταβέρνα στο χωριό Μπενίτσες. Στις Μπενίτσες υπάρχει το «Μουσείο του υποβρύχιου κόσμου», το οποίο περιέχει μια ποικιλία από όστρακα, ψάρια, καρχαρίες, μαργαριτάρια κ.λπ. Ιδρυτής του μουσείου ήταν ο «Ναπολέον Sayya» μετά από 20 χρόνια ταξίδι στις θάλασσες της Αυστραλίας, στον ινδικό και τον ειρηνικό ωκεανό επέστρεψε στο</p>

σπίτι και άνοιξε το μουσείο του υποβρύχιου κόσμου. Επομένη επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο της Ρωμαϊκής περιόδου. Αυτό είναι τα ερείπια άινους ρωμαϊκού αρχοντικού «Calbarium», (που σημαίνει υδρομασάζ και «Frigidarium» (που σημαίνει μια θέση σε μεγάλο μπάνιο για κολύμπι και κρύα λουτρά (3^{ος} αιώνας π.Χ.).

✓ Το χωριό Γαστούρι:

- Επίσκεψη στο αρχοντικό του Βούλγαρη. Οι απόγονοι της οικογένειας του Βούλγαρη περισσότερο γνωστή ως ιδρυτές της ελληνικής λογοτεχνίας.

Ο Ευγένιος Βούλγαρη ήταν ένας από τους πρώτους καθηγητές της ελληνικής γλώσσας στο νησί κατά τη βενετική περίοδο.



- Περιπατώντας στην οδό με τα σπίτια της αριστοκρατίας του 18ου και 19ου αιώνα. και μια επίσκεψη στο καφενείο της αυτοκράτειρας (μεγάλο

πέτρινο σπίτι με μια τεράστια πόρτα.

- Μια επίσκεψη σε ένα παραδοσιακό αρτοποιείο "Έκτορας" που ψήνει το ψωμί με την παλιά παράδοση στο φούρνο στα κάρβουνα. Το ψωμί είναι πολύ νόστιμο και παραμένει φρέσκο για αρκετές ημέρες, δοκιμή ψωμιού.

- Επίσκεψη στο Κάστρο Αχίλλειο: Χτισμένο το 1890 από τον Ιταλό αρχιτέκτονα Ραφαέλ Καριτά για την αυτοκράτειρα Ελισάβετ της Αυστρίας).

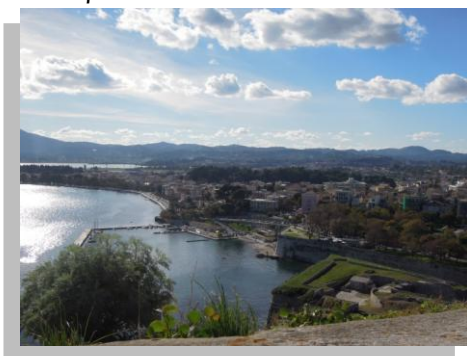
- Περίπατος την Γέφυρα Κάιζερ (Γερμανός Κάιζερ Γουλιέλμος II αγόρασε το Αχίλλειο μετά το θάνατο της «Ελισάβετ Σι-Σι», έχει προσλάβει το Καρλ Λούντβιχ



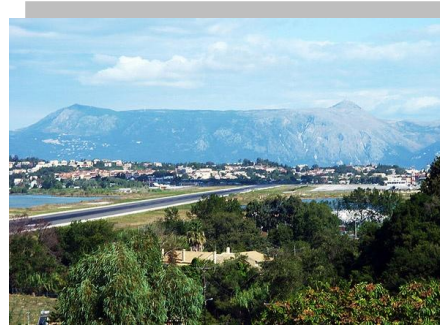
Σπρένγκερ ως αρχιτέκτονας του παλατιού, και έχτισε μια γέφυρα προς τιμήν του «Κάιζερ Γουλιέλμος II», (Γέφυρα Κάιζερ). Το κεντρικό τμήμα της γέφυρας καταστράφηκε από το γερμανικό στρατό κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου για να επιτρέψει τη διέλευση των στρατιωτικών φορτηγών. Στην συνέχεια άφιξη στο ξενοδοχείο της Κέρκυρας και δείπνο. Την επόμενη ημέρα πρωινό στο ξενοδοχείο.

5 ημέρα

Πόλη Κέρκυρα: Επίσκεψη στο ναό της Αρτέμιδος (580 π.Χ.). Το πρώτο δωρικό ναό που χτίστηκε από πέτρα.



Ήταν ένας από τους μεγαλύτερους ναούς της εποχής του. Τώρα ο ναός θεωρείται ένα



από τα αριστουργήματα της δυτικής αρχιτεκτονικής και, περιέχει διάφορα μούσια (Αρχαιολογικό μουσείο, το Μουσείο της Σερβικής Πολέμου 1915-1917, μουσείο χαρτονομίσματος). Γεύμα στο ξενοδοχείο, ελεύθερος

χρόνος και το βραδύ αναχώρηση από το αεροδρόμιο της Κέρκυρας στις 21:00 η ώρα.

(432 ευρώ)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι η δημιουργία τουριστικών πακέτων προς την κατεύθυνση της Ελλάδας για την προσέλκυση Ρώσων τουριστών στο νησί της Κέρκυρας την «χειμερινή σεζόν».

Στην παρούσα εργασία έγινε λεπτομερή ανάλυση των διαδικασιών δημιουργίας και εφαρμογής των τουριστικών προϊόντων, συγκεκριμένα:

1. Αναλύοντας το έδαφος του νησιού της Κέρκυρας, για αντικείμενα που προσελκύουν το ενδιαφέρον, εντοπίστηκαν αρκετοί λόγοι για την τουριστική προσέλκυση τουριστών στο νησί.
2. Αναπτυχθήκαν τρία πακέτα με διαφορετικές κατευθύνσεις για διαφορετικές ομάδες-στόχους
3. Ανάλυση της υποδομής των προϊόντων και εξέταση όλης της οργάνωσης του ταξιδιού λεπτομερώς με την κατανομή των παροχών υπηρεσιών για μια επικειμένη συνεργασία.
4. Μετά τους απαραίτητους υπολογισμούς, ορίστηκαν οι τελικές τιμές των τουριστικών προϊόντων (πακέτου) για κάθε ταξίδι.
5. Αναπτύχθηκε Μια στρατηγική για την υλοποίηση και την προώθηση αυτόν τον νέων τουριστικών προϊόντων

Ως αποτέλεσμα, δημιουργηθήκαν προτεινόμενα τουριστικά προϊόντα (πακέτα) με προορισμό το νησί της Κέρκυρας για την προσέλκυση τουριστών κατά τη διάρκεια της «μη-τουριστική" σεζόν στην Ελλάδα.

Τα τουριστικά προϊόντα αυτά απευθύνονται κυρίως σε τουρίστες από τη Ρωσία, καθώς ο Ελλάνικος πολιτισμός και ιδιαίτερα του νησιού της Κέρκυρας είναι στενά συνδεδεμένος με τον πολιτισμό της Ρωσίας σύμφωνα με τα ιστορικά δεδομένα.

Το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει τρεις κατευθύνσεις που αφορούν τα θρησκευτικά, εκπαιδευτικά και ρομαντικά ταξίδια, πιο συγκεκριμένα:

-Στο θρησκευτικό πακέτο θα προσφέρεται ένα πλούσιο εκκλησιαστικό, αρχιτεκτονικό πρόγραμμα με τη δυνατότητα να επισκεφθούν πόλους χριστιανικούς τόπους.

-Στο εκπαιδευτικό πακέτο θα παρέχετε η δυνατότητα στους μαθητές να επισκεφθούν από κοντά τα ιστορικά τοπία και μουσεία. κατά τη διάρκεια των χειμερινών διακοπών.

-Στο ρομαντικό πακέτο τα νεαρά ζευγάρια θα είναι σε θέση να βιώσουν μοναδικές εμπειρίες όπως ένας γάμος στο ηλιοβασίλεμα με ελληνικά τοιχία και παραδόσεις.

Η περαιτέρω ανάπτυξη του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος (πακέτο) μπορεί να το προάγει στην πρώτη θέση, όσον αφορά την αύξηση της αποδοτικότητας (μείωση του κόστους, τη βελτίωση των υπηρεσιών) και την αλληλεπίδραση με άλλα τουριστικά προϊόντα της εταιρείας "Beleon Tours" δηλαδή μπορεί να το χρησιμοποιηθεί και σε άλλες περιοχές και ομάδες-στόχους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Οργάνωση Τουριστικών πακέτων. Μεταφορικά μέσα Προορισμοί τουριστών πακέτων. Σπύρος Ι. Γασπαρινατος. Εύα Μαζαρακη – Αλεξιαδη
2. Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., & Λύτρας, Π. (1999). Στο Εισαγωγή στον Τουρισμό, Τουριστική Πολιτική (σσ. 33, 24-26). Αθήνα: Interbooks.
3. Ηγουμενάκης Ν. (1996) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: interbooks
4. Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming-outgoing. Λειτουργία-οικονομικά-Σχεδιασμός Προϊόντων. Μάριος Σωτηριάδης. Σοτηρηαδης Αθήνα: Προπομπας, Γ' Έκδοση
5. Βαρβαρέσος, Σ. (2000). In Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές (σσ. 53-70). Αθήνα: Προπομπός, Β' Έκδοση.
6. Λαγός Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Κριτική.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

7. Strategic Management for travel and Tourism. Nigel Evans, David Cambell and George Stonenouse
8. Tourism Planning Policies and Relationships. Seacond edition. C. Michael Hall
9. Kotler, P., Asplund, C., Rein, I., & Haider, H. D. (1999). Marketing Places Europe: Attaching investments, industries, residents and visitors to European cities, communities, regions and nations.(σσ. 106-121) . London: Financial times-Prentice Hall.
10. Doswell, R., Τουρισμός: Ο Ρόλος του Αποτελεσματικού Μάνατζμεντ, Κριτική Α.Ε., Αθήνα, 2002

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

11. Ιστοσελίδα της Ελληνικής εταιρείας «Beleon Tours» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.beleontours.com/> , <http://www.beleontours.ru/> (ημερομηνία εισόδου 02/03/2014)
12. Ιστοσελίδα – «Κατάλογος κυριότερων ελληνικών νησιών ανά έκταση» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: http://el.wikipedia.org/wiki/Κατάλογος_κυριότερων_ελληνικών_νησιών_ανά_έκταση (ημερομηνία εισόδου 09/01.2015)
13. Ιστοσελίδα "Κέρκυρα" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://el.wikipedia.org/wiki/Κέρκυρα> (ημερομηνία εισόδου (25/06/2014)
14. Ιστοσελίδα "Πρακτορεία Τουρισμού - Λογιστική και φορολογική παρακολούθηση" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/13427> (ημερομηνία εισόδου (11/07/2014)
15. Ιστοσελίδα – «Ιστορία της Κέρκυρας» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.greece-corfu-hotels.com/corfu-history-gr.html> (ημερομηνία εισόδου 13/01.2015)
16. Ιστοσελίδα "Το Υπουργείο Εξωτερικών της Ελλάδα" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.mfa.gr/> (ημερομηνία εισόδου 26/03/2014)
17. Η ιστοσελίδα "Ο τουρισμός παράγει περίπου το 16% του ΑΕΠ" [ηλεκτρονική πηγή]- Τρόπος πρόσβασης: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=393636> (ημερομηνία εισόδου 19/07/2014)
18. Ιστοσελίδα "Τουριστικές επιχειρήσεις & διαχείριση κρίσεων" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.e-travelnews.gr/touristik-es-epiheirhseis-kai-diaheirish-krisewn/> (ημερομηνία εισόδου 28/05/2014)
19. Ιστοσελίδα «Τα αξιοθέατα της Κέρκυρας» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://kerkyrainfo.gr/kerkyratown/aksiotheata/index.html> (ημερομηνία εισόδου 03/07/2014)
20. Ιστοσελίδα «Κέρκυρα – Αξιοθέατα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.corfu-airport-carhire.com/c/kerkyra-αξιοθεατα/> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
21. Ιστοσελίδα «Τα αξιοθέατα της Κέρκυρας» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.xn--mxahob8ab1a.com.gr/αξιοθεατα-της-κέρκυρας/> (ημερομηνία εισόδου 15/10/2014)

22. Ιστοσελίδα «Ιστορικά & Θρησκευτικά Αξιοθέατα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.greece-corfu-hotels.com/corfu-sightseeing-gr.html> (ημερομηνία εισόδου 06/11/2014)
23. Ιστοσελίδα «Μουσεία» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.corfu.gr/web/guest/visitor/sights/museums> (ημερομηνία εισόδου 12/11/2014)
24. Ιστοσελίδα «Η αεροπορική εταιρεία Aegean» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://el.aegeanair.com/> (ημερομηνία εισόδου 13/10/2014)
25. Ιστοσελίδα «Η αεροπορική εταιρεία Aeroflot» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.aeroflot.com/cms/en> (ημερομηνία εισόδου 13/10/2014)
26. Ιστοσελίδα «Η αεροπορική εταιρεία Transaero» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.transaero.ru/en> (ημερομηνία εισόδου 13/10/2014)
27. Ιστοσελίδα «Hotel Atlantis» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/atlantis-corfu.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
28. Ιστοσελίδα «Hotel Apollon» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/apollon-paleokastritsa.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
29. Ιστοσελίδα «Odysseus Hotel» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/odysseus.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
30. Ιστοσελίδα «Ξενοδοχείο Αρκάδιο» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/arcadion.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
31. Ιστοσελίδα «Hotel Corfu Palace» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/corfu-palace.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
32. Ιστοσελίδα «Corfu Holiday Palace» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/corfu-holiday-palace.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
33. Ιστοσελίδα «Cavalieri Hotel» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/cavalieri.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)

34. Ιστοσελίδα «Ξενοδοχείο Αρίων» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/arion-corfu.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
35. Ιστοσελίδα «Hotel Bretagne» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.booking.com/hotel/gr/hotelbretagne.el.html> (ημερομηνία εισόδου 14/10/2014)
36. Ιστοσελίδα «Συμπεριφορά Καταναλωτή» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <https://wikimarkt.wikispaces.com/Συμπεριφορά+Καταναλωτή> (ημερομηνία εισόδου 07/09/2014)
37. Ιστοσελίδα «Μοντέλο ανταγωνιστικών δυνάμεων» [ηλεκτρονική πηγή] – Τρόπος πρόσβασης: <https://wikimarkt.wikispaces.com/Μοντέλο+ανταγωνιστικών+δυνάμεων> (ημερομηνία εισόδου 19/09/2014)
38. Ιστοσελίδα «Η στρατηγική της διανομής» [ηλεκτρονική πηγή] – Τρόπος πρόσβασης: <https://wikimarkt.wikispaces.com/Η+στρατηγική+της+διανομής> (ημερομηνία εισόδου 18/10/2014)
39. Ιστοσελίδα " Μέτρα για επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν προτείνουν οι ξενοδόχοι" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.kathimerini.gr/788061/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/metra-gia-epimhkyntsh--ths-toyristikhs-sezon-proteinoyrn-oi-3enodoxoi> (ημερομηνία εισόδου 14/12/2014)
40. Ιστοσελίδα «Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.iekomega.gr/index.php/ypallilos-touristikou-grafeiou> (ημερομηνία εισόδου 22/11/2014)
41. Ιστοσελίδα «επίσκεψη στην Κλασική Ελλάδα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.visitgreece.gr/> (ημερομηνία εισόδου 22/04/2014)
42. Ιστοσελίδα "Τα πάντα για τον τουρισμό. Τουριστική Βιβλιοθήκη "[ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://tourlib.net> (ημερομηνία εισόδου 12/06.2014)
43. Ιστοσελίδα "Τα πάντα για το νησί της Κέρκυρας" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.allcorfu.ru/> (ημερομηνία εισόδου 26/09/2014)
44. Ιστοσελίδα «Όλη η Ελλάδα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.greek.ru> (ημερομηνία εισόδου 06/11/2014)

45. Ιστοσελίδα «Κέρκυρα - Ξεναγός. Προσωπική ξενάγηση στο νησί της Κέρκυρας» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.corfugid.ru/> (ημερομηνία εισόδου 11/10/2014)
46. Ιστοσελίδα «Ξενάγηση στην Ελλάδα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.grekomania.ru/> (ημερομηνία εισόδου 08/12/2014)
47. Ιστοσελίδα «Η Ελλάδα σήμερα» [ηλεκτρονικός πόρος] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.greecetoday.ru/> (ημερομηνία εισόδου 25/09/2014)
48. Ομοσπονδιακός νόμος της 24, Νοέμβρη 1996 №132-FZ «Βάσει της τουριστικής δραστηριότητας στη Ρωσική Ομοσπονδία». [Ηλεκτρονικός πόρος] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.consultant.ru/> (ημερομηνία εισόδου 16/11.2014)
49. Ιστοσελίδα «Αρχική του κόσμου. Όλη η Ελλάδα» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://greece-greece.ru/> (ημερομηνία εισόδου 27/06/2014)
50. Ιστοσελίδα "Όλα για διακοπές στην Ελλάδα" [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.grekoblog.com/> (ημερομηνία εισόδου 22/05/2014)
51. Η ιστοσελίδα "online περιοδικό για την ζωή στον τομέα του τουρισμού» [ηλεκτρονική πηγή] - Τρόπος πρόσβασης: <http://www.hotline.travel> (ημερομηνία εισόδου 24/08/2014)