



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Πτυχιακή Εργασία

*«Ο Τουρισμός και οι Προδιαγραφές Οργάνωσης και Λειτουργίας των Επιχειρήσεων
Φιλοξενίας στη Χώρα μας»*

Σπουδάστριες:

- Ανταλουδάκη Ειρήνη Α.Μ. 4134
- Μαριέττου Ελευθερία Α.Μ. 4107

Επιβλέπων Καθηγητής:

- Ρίγγας Χρήστος

Ηράκλειο 22/01/2007

Αγαπητοί αναγνώστες / ριες,

Βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σας παρουσιάσουμε τις γνώσεις που αποκομίσαμε κατά τη διάρκεια της ακαδημαϊκής μας πορείας. Το παρόν εγχειρίδιο, είναι ένα αποτέλεσμα των ετών και των εμπειριών μας στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε πρώτα απ' όλους, τους γονείς μας για το κουράγιο, την υπομονή και τις θυσίες που έκαναν για εμάς όλα αυτά τα χρόνια. Στη συνέχεια, ευχαριστούμε θερμά τους κύριους καθηγητές μας για την πολύτιμη βοήθειά τους, Δρ. Καραγιάννη Στέφανο και Ρίγγα Χρήστο.

Τέλος, ευχόμαστε και ελπίζουμε οι προσδοκίες και τα όνειρά μας να γίνουν πραγματικότητα στο μέλλον.

Σας ευχαριστούμε,
Με πολλή εκτίμηση, οι σπουδάστριες,

Ανταλουδάκη Ειρήνη
Μαριέττου Ελευθερία

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΜΕΡΟΣ Α΄	8
Κεφάλαιο 1	9
Τουρισμός & Ελληνική Οικονομία	9
1.1 Ο Τουρισμός και οι Προοπτικές του	9
1.2 Τουριστική δραστηριότητα και ανάπτυξη	11
1.3 Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού	12
1.4 Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την παγκόσμια και ελληνική οικονομία	15
1.5 Η Ελλάδα σε ένα περιβάλλον εντεινόμενου ανταγωνισμού	18
Κεφάλαιο 2	25
Τουριστική ανάπτυξη – Θερινές διακοπές	25
2.1 Ο τουρισμός ως ο σπουδαιότερος παραγωγικός κλάδος	25
2.2 Η ανάπτυξη του Τουρισμού και η συμβολή του στην Ελληνική οικονομία	28
2.3 Το φαινόμενο της εποχικότητας ειδικότερα	36
2.4 Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού	38
ΜΕΡΟΣ Β΄	42
Κεφάλαιο 1	43
Επιλογή Θέσης Εγκατάστασης μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας	43
1.1 Το ξενοδοχείο (Οργάνωση και Λειτουργία)	43
1.2 Τυπικές / Νομικές προϋποθέσεις	44
1.3 Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου	44
1.4 Κριτήρια	45
1.4.1 Κριτήρια θέσης οικοπέδου	45
1.4.2 Στοιχεία οικοπέδου - Ενιαίο οικόπεδο	45
1.4.3 Έκταση οικοπέδου	46
1.5 Υποδομή	46
1.6 Δικαιολογητικά - Για νεοαναγειρόμενο ξενοδοχείο	47
1.7 Έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης - Διαδικασία	50
1.8 Δικαιολογητικά	51
1.9 Αρχές αρχιτεκτονικής μελέτης	51
1.10 Λειτουργία	51
1.11 Ειδικές απαιτήσεις	52
1.12 Προδιαγραφές καταλυμάτων - Έννοια	52
1.13 Τεχνικές Προδιαγραφές	53
1.14 Χορήγηση σήματος λειτουργίας	55
1.14.1 Υπεύθυνη δήλωση	56
1.14.2 Προϋποθέσεις χορήγησης του σήματος	57
1.14.3 Πότε χορηγείται;	59
1.14.4 Έγκριση τίτλου	59
1.14.5 Παρουσίαση Ανώνυμης Εταιρίας	60
1.14.6 Ίδρυση της Α.Ε.	61
1.14.7 Σύναψη καταστατικού	61
1.14.8 Ανάλυση των μετοχών	62
1.14.9 Έγκριση του καταστατικού και άδεια συστάσεως	62

1.14.10 Δημοσίευση του καταστατικού	63
ΜΕΡΟΣ Γ΄	64
Κεφάλαιο 1	65
Προϋπολογισμός μιας Ξενοδοχειακής Επένδυσης	65
1.1 Παρουσίαση ξενοδοχείου	65
1.2 Τεχνικές προδιαγραφές – Διαρρύθμιση εσωτερικών χώρων	68
1.2.α. Χώροι Προσέλευσης	68
1.2.β. Κυκλοφορία	68
1.2.γ. Χώροι Υποδοχής	69
1.2.δ. Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων	70
1.2.ε. Χώροι Εστίασης	70
1.2.ζ. Υπνοδωμάτια	71
1.2.η. Συγκρότημα Βοηθητικών Χώρων	72
1.2.θ. Χώροι Προσωπικού	72
1.2.ι. Άλλες Λειτουργίες στα Ξενοδοχεία	73
1.2.κ. Καταστήματα και λοιπές εξυπηρετήσεις	73
1.2.λ. Εγκαταστάσεις	73
1.2.μ. Τηλεφωνική Επικοινωνία και Σήμανση	74
1.3 Εξοπλισμός Ξενοδοχείου	75
1.4 Επιλογή της θέσης του Bar	75
1.4.1 Η διαρρύθμιση του Bar	77
1.4.1.1 Front Bar	77
1.4.1.2 Back Bar	79
1.4.2 Εξοπλισμός Bar	81
1.4.2.1 Μηχανήματα και συσκευές του Bar	81
1.4.2.2 Σκεύη – Όργανα και Εργαλεία του Bar	86
1.5 Εισαγωγή στις αρχές σχεδιασμού εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής φαγητών ..	91
1.6 Σχεδιασμός χώρων και εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής φαγητών	93
1.7 Προσδιορισμός Χώρων Μαζικής Παραγωγής Φαγητών	97
1.7.1 Χώροι – Τμήματα κουζίνας	97
1.7.2 Καταμερισμός Χώρων	98
1.7.3 Αποθήκη Ημέρας – Ψυκτικοί Θάλαμοι Κουζίνας	100
1.8 Εξοπλισμός Μαζικής Παραγωγής Φαγητών	101
1.8.1 Ελαφρύς Εξοπλισμός Κουζίνας	101
1.8.2 Βαρύς Εξοπλισμός Κουζίνας	103
1.9 Πλυντήρια – Λινοθήκες	114
1.9.α. Πλυντήριο	114
1.9.β. Ρούχα Πελατών	115
1.9.γ. Περιεχόμενο Καροτσιού	115
1.9.δ. Περιεχόμενο Office	115
Κεφάλαιο 2	117
Προσωπικό	117
2.1 Παρουσίαση Ξενοδοχείου	117
2.2 Καταμερισμός των Λειτουργιών του ξενοδοχείου	119
2.2.1 Γενικός Διευθυντής (General Manager)	119
2.3 Υποδοχή	121
2.3.1 Οργάνωση της Υποδοχής	121
2.4 Στόχοι και Στρατηγικές της Υποδοχής	122

2.4.1 Προσωπικό της Υποδοχής	122
2.4.1.α. Διευθυντής / Προϊστάμενος Υποδοχής (<i>Rooms Division Manager – RDM</i>)	122
2.4.1.β. Υπάλληλος Υποδοχής (<i>Front Desk Agent</i>)	123
2.4.1.γ. Ταμίας της Υποδοχής (<i>Front Office Cashier</i>)	124
2.4.1.δ. Τηλεφωνητής (<i>Switchboard Operator</i>)	125
2.4.1.ε. Υπάλληλος κρατήσεων (<i>Reservations Agent</i>)	126
2.4.1.ζ. Νυχτερινός Υπάλληλος Υποδοχής (<i>Night Auditor</i>)	127
2.4.1.η. Γκρουμ (<i>Bell Boy</i>)	127
2.5 Δημόσιες Σχέσεις (<i>Guest Relations</i>)	128
2.6 Διευθυντής <i>Marketing</i>	129
2.7 Διευθυντής <i>Επισιτιστικών Τμημάτων (Food & Beverage Manager - F&B)</i>	130
2.7.1 Τμήμα <i>Εστίασης & Μπαρ</i>	132
2.7.1.1 <i>Restaurant Manager (Maitre d' hotel)</i>	132
2.7.1.2 <i>Assistance Restaurant Manager</i>	133
2.7.1.2.α <i>Captains</i>	133
2.7.1.2.β. <i>Hostess</i>	134
2.7.1.2.γ. <i>Waiter – Σερβιτόρος</i>	134
2.7.1.2.δ. <i>Buffet Supplier</i>	134
2.7.1.2.ε. <i>Room Service – Waiter</i>	135
2.7.1.3 <i>Bars Supervisor</i>	135
2.7.1.3.α. <i>Barmen</i>	135
2.7.1.3.β. <i>Bar Waiter</i>	136
2.7.2 Τμήμα <i>Κουζίνας</i>	138
2.7.2.1 <i>Executive Chef</i>	138
2.7.2.2 <i>Βοηθός Executive Chef</i>	138
2.7.2.3 <i>Κρεοκοπτείο / Ψαροκοπτείο</i>	139
2.7.2.3.α. <i>Χασάπης</i>	139
2.7.2.4 <i>Κρύα Κουζίνα</i>	139
2.7.2.4.α. <i>Μάγειρας</i>	139
2.7.2.5 <i>Ζεστή Κουζίνα</i>	139
2.7.2.5.α. <i>Μάγειρας</i>	139
2.7.2.6 <i>Αρτοποιείο / Ζαχαροπλαστείο</i>	140
2.7.2.6.α. <i>Αρτοποιός</i>	140
2.7.2.6.β. <i>Ζαχαροπλάστης</i>	140
2.7.2.7 <i>Μπουφές</i>	140
2.7.2.7.α. <i>Μάγειρας</i>	140
2.7.2.8. <i>Λάντζα</i>	141
2.7.2.8.α. <i>Λαντζιέρης</i>	141
2.7.3 Τμήμα <i>Προμηθειών</i>	141
2.7.3.1 <i>Υπεύθυνος Προμηθειών</i>	141
2.7.3.2 <i>Κεντρική Αποθήκη</i>	141
2.7.3.2.1 <i>Αποθηκάριος</i>	141
2.7.3.2.2 <i>Εργάτης Αποθήκης</i>	142
2.7.4 Τμήμα <i>Ελέγχου</i>	142
2.7.4.1 <i>Ελεγκτής</i>	142
2.8 Τμήμα <i>Οροφοκομίας</i>	143
2.8.1 <i>Προϊσταμένες Ορόφων</i>	143

2.8.2 Καμαριέρες.....	143
2.8.3 Καθαρίστριες Κοινόχρηστων Χώρων.....	144
2.8.4 Χειριστής Πλυντηρίων.....	144
2.8.5 Υπάλληλος Λινοθήκης.....	144
2.9 Κηπουρός.....	144
2.10 Τμήμα Συντήρησης.....	145
2.10.1 Προϊστάμενος Συντήρησης.....	145
2.10.2 Υπάλληλοι Τμήματος Συντήρησης.....	145
2.11 Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού – Προσωπάρχης.....	145
2.12 Τμήμα Λογιστηρίου.....	146
2.12.1 Υπεύθυνος Λογιστηρίου.....	146
2.12.2 Υπάλληλος Λογιστηρίου.....	146
2.13 Γιατρός Εργασίας.....	147
2.14 Τμήμα Ασφάλειας.....	147
Κεφάλαιο 3	148
Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα.....	148
3.1 Προτάσεις που κατατέθηκαν στα ΠΕΠ από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.....	148
3.2 Ξενοδοχειακό Δυναμικό σε Χώρες της Ευρώπης.....	150
3.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Κρήτης 2005.....	151
3.4 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Δωδεκανήσων 2005.....	152
Κεφάλαιο 4	153
Ξενοδοχειακή Απασχόληση.....	153
4.1 Η απασχόληση στα ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	153
4.2 Τα ξενοδοχεία και εστιατόρια απασχολούν το 6% του εργατικού δυναμικού στον τομέα των υπηρεσιών στην Ε.Ε.....	155
4.3 Η κατανομή της απασχόλησης στον κλάδο των ξενοδοχείων και εστιατορίων κατά ηλικιακή ομάδα.....	156
4.4 Η απασχόληση των γυναικών.....	157
4.5 Λιγότερες ώρες εργασίας την εβδομάδα.....	157
Κεφάλαιο 5	161
Οργάνωση Marketing.....	161
5.1 Ορισμός του marketing.....	161
5.2. Τα κυριότερα στάδια του marketing τουριστικών προϊόντων.....	162
5.3 Επικοινωνία.....	164
5.4 Στρατηγικές Επικοινωνίας.....	165
5.4.1 Διαφήμιση.....	166
5.4.2 Δημόσιες Σχέσεις.....	166
5.4.3 Προώθηση Πωλήσεων.....	167
5.4.4 Τουριστικά Έντυπα.....	167
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	169

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πτυχιακή μας αφορά τον Τουρισμό και τις Προδιαγραφές Οργάνωσης και Λειτουργίας των Επιχειρήσεων Φιλοξενίας στην χώρα μας. Όπως όλοι γνωρίζουμε, η Ελληνική Οικονομία στηρίζεται κατά ένα μεγάλο ποσοστό στον τουρισμό. Στον διεθνή χώρο η Ελλάδα καταλαμβάνει μία σημαντική θέση, η οποία την καθιστά ανταγωνιστική ως προς τους άλλους μεγάλους τουριστικούς προορισμούς.

Στόχος μας, είναι να παρουσιάσουμε την υφιστάμενη κατάσταση της οργάνωσης και λειτουργίας των επιχειρήσεων φιλοξενίας στην Ελλάδα δίνοντας ως παράδειγμα, μία νεοαναγειρόμενη ξενοδοχειακή μονάδα. Θα αναλυθούν διεξοδικά οι προϋποθέσεις και διαδικασίες ίδρυσης του τουριστικού καταλύματος. Κατά την άποψή μας, ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια μιας ξενοδοχειακής επένδυσης, είναι ο προϋπολογισμός, τον οποίο λόγω της δυσκολίας ανάλυσης του, θα προσεγγίσουμε θεωρητικά. Στο κομμάτι αυτό, περιγράφονται όλα τα τμήματα και ο απαραίτητος εξοπλισμός τους. Δίνεται έμφαση, στα επισιτιστικά τμήματα, επειδή είναι οι κύριες πηγές εσόδων και εξυπηρέτησης των πελατών.

Θα ήταν αδύνατο να παραληφθεί, ο τομέας του προσωπικού μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Σ' αυτό το σημείο, γίνεται αναλυτική παρουσίαση του προσωπικού που απασχολείται στα επιμέρους τμήματα με οργανογράμματα και περιγραφές εργασιών (Job Descriptions).

Επίσης, αναφέρονται οι προτάσεις που κατατέθηκαν στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα από τις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις, καθώς και διάφοροι στατιστικοί πίνακες με το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Ευρώπης και της Ελλάδος.

Ακόμη διατυπώνεται η ξενοδοχειακή απασχόληση μέσα από μελέτες και έρευνες και δίνεται έμφαση στην κατανομή της απασχόλησης και στα ποσοστά των εργαζομένων στον Ξενοδοχειακό Κλάδο.

Τέλος, το Marketing και τα κυριότερα στάδιά του, θεωρούνται αναγκαία για την σωστή οργάνωση και λειτουργία μιας επιχείρησης.

ΜΕΡΟΣ Α΄

Κεφάλαιο 1

Τουρισμός & Ελληνική Οικονομία

1.1 Ο Τουρισμός και οι Προοπτικές του

Την τελευταία δεκαετία, 1995-2004, οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό παρουσίασαν εντυπωσιακή άνοδο στην Ελλάδα, αφού αυξήθηκαν σωρευτικά κατά 134,4% πάνω από τον πληθωρισμό, έναντι 44% αντίστοιχης αύξησης της εγχώριας οικονομικής δραστηριότητας (ή ΑΕΠ). Ως αποτέλεσμα, οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό έφτασαν το 2004 στο 6,2% του ΑΕΠ από 3,5% το 1995, ενώ ο λόγος των εισπράξεων από ξένους τουρίστες στην Ελλάδα προς τα αντίστοιχα έξοδα των Ελλήνων τουριστών στο εξωτερικό αυξήθηκε από 3,1 το 1995 στο 4,5 το 2004. Οι κάτοικοι εξωτερικού ξοδεύουν στην χώρα μας υπερτετραπλάσια ποσά από αυτά που ξοδεύουν οι κάτοικοι της Ελλάδας στο εξωτερικό. Όλα τα παραπάνω αποτελούν στοιχείο αισιοδοξίας για την συνέχιση της δυναμικής πορείας του τουρισμού στην χώρα μας και ότι ο τουρισμός είναι αγαθό πολυτελείας, που σημαίνει ότι όσο το παγκόσμιο επίπεδο αυξάνεται, οι τουριστικές δαπάνες αυξάνονται με ακόμα μεγαλύτερους ρυθμούς. Στην δεκαετία του 1980 οι εισπράξεις των χωρών της υφελίου από τον εισερχόμενο τουρισμό αποτελούσαν το 1% της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας και σήμερα, που το παγκόσμιο βιοτικό επίπεδο είναι πολύ υψηλότερο, αποτελούν το 1,5%. Στην Ελλάδα παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο: Στοιχεία από την πρόσφατη Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών του 2004-2005, τα οποία δημοσιεύονται για πρώτη φορά, δείχνουν ότι για κάθε ποσοστιαία μονάδα αύξησης του συνολικού εισοδήματος

των ελληνικών νοικοκυριών, οι δαπάνες τουρισμού - αναψυχής αυξάνονται πάνω από μία ποσοστιαία μονάδα, κατά 1,6%. Κατά συνέπεια, με την διαρκή αύξηση του ελληνικού και του παγκόσμιου βιοτικού επιπέδου, ο εγχώριος και δυνητικά εισαγόμενος τουρισμός θα αποκτά όλο και μεγαλύτερο ειδικό βάρος στην ελληνική οικονομία.

Η συνέχιση της προηγούμενης δυναμικής πορείας των τουριστικών εισπράξεων δεν είναι, όμως δεδομένη. Δεν αρκεί μόνο η εξωγενής αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες. Απαιτείται και η ανάλογη βελτίωση των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Σήμερα ο ανταγωνισμός από αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς είναι έντονος, ιδιαίτερα σε επίπεδο τιμών. Ως αποτέλεσμα, το παγκόσμιο μερίδιο της Ελλάδας στις αφίξεις τουριστών έχει μειωθεί τα τελευταία δύο χρόνια, παρά την αίγλη που απέκτησε η χώρα μας λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων και τα υπέρογκα έξοδα με τα οποία οι Αγώνες επιβάρυναν τον κρατικό προϋπολογισμό και που βελτίωσαν τις τουριστικές υποδομές μας. Το παγκόσμιο μερίδιο στις αφίξεις μειώθηκε από 1,9% το 2003 πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, σε 1,6% το 2005. Όμως, το μερίδιο στις εισπράξεις την ίδια περίοδο, από το 2003 στο 2005, έχει παραμείνει σταθερό, περίπου στο 2%, γεγονός που δείχνει ότι οι Αγώνες είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση της παροχής λιγότερων μεν αλλά ποιοτικότερων τουριστικών υπηρεσιών. Άλλωστε, η αύξηση λίγο πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του αριθμού των κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων ήταν μεγάλη. Μάλιστα φέτος, το 2006, η θερινή τουριστική περίοδος για τα ξενοδοχεία 4 ή 5 αστέρων επιμηκύνθηκε και οι εισπράξεις αναμένονται ιδιαίτερα αυξημένες. Παραμένει να διαπιστωθεί αν η αύξηση αυτή είναι αποτέλεσμα της προσωρινούς αδυναμίας των γειτόνων μας ή της δικής μας σταθερής βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος μας. Τίθεται ταυτόχρονα και το κύριο ερώτημα για την Ελλάδα για το αν θα συνεχίσει να προσφέρει τις διαρκώς αναβαθμιζόμενες ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες που απαιτούνται στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον ώστε να προσελκύει ένα σταθερό ή και αυξανόμενο μερίδιο της διαρκώς διογκούμενης παγκόσμιας τουριστικής κοινότητας. Για παράδειγμα, σήμερα ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από υπέρ-προσφορά και χαμηλό βαθμό χρήσης των κλινών. Στην χώρα μας αντιστοιχούν 6.169 ξενοδοχειακές κλίνες ανά 100 χιλιάδες κατοίκους, δυο περίπου φορές περισσότερες απ' ότι στην Ιταλία, τρεις φορές απ' ότι στην Πορτογαλία και δέκα φορές απ' ότι στην Τουρκία. Μάλιστα, ο ετήσιος βαθμός

χρήσης των κλινών αυτών έχει μειωθεί από το 21% το 2000 στο 16% το 2005. Η έντονη εποχικότητα του σημερινού τουρισμού στην Ελλάδα και η χαμηλή χρήση των ξενοδοχειακών κλινών αφήνουν περιθώρια σημαντικής μεγέθυνσης του τουρισμού. Όμως, για να γίνει κάτι τέτοιο απαιτείται συντονισμένη προσπάθεια από όλους τους φορείς, επέκταση του τουριστικού προϊόντος εκτός από το κλασικό «ήλιος, θάλασσα», καθώς και μακρόχρονη στρατηγική από την Πολιτεία.

1.2 Τουριστική δραστηριότητα και ανάπτυξη

Εδώ επιχειρείται μια σύγκριση της Ελλάδας ως χώρα προορισμού με άλλες χώρες και σκιαγραφούνται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού. Επίσης «**Η τουριστική δραστηριότητα των ελληνικών νοικοκυριών**», όπου περιγράφεται με λεπτομέρεια η τουριστική δραστηριότητα των ελληνικών νοικοκυριών για την περίοδο Φεβρουάριος 2004 έως Ιανουάριος 2005, με βάση τα δεδομένα της Έρευνας Οικονομικών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ 2004/2005) της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας. Συνεπώς επικεντρωνόμαστε στον κάτοικο της Ελλάδας και όχι στον κάτοικο του εξωτερικού, και περιέχεται σημαντική πρωτογενής πληροφόρηση για το ποια ελληνικά νοικοκυριά κάνουν ταξίδια αναψυχής, πόσα ταξίδια κάνουν, σε ποια περιοχή τα κάνουν, τα εισοδήματά τους, πόσα χρήματα ξοδεύουν και για ποια δραστηριότητα αναψυχής.

Ωστόσο, ο προβληματισμός για το μέλλον του τουρισμού στην χώρα μας δεν σταματά. Στις 2 Νοεμβρίου 2006 υπό την αιγίδα της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών και Προβλέψεων της Eurobank EFG πραγματοποιήθηκε συνέδριο με τίτλο: «**Ανταγωνισμός και Καινοτομία στη Διεθνή Τουριστική Βιομηχανία: Διαμορφώνοντας τις Ελληνικές Προτεραιότητες**». Οι ειδικοί σε θέματα τουρισμού, προσκεκλημένοι από το εξωτερικό παρουσίασαν τις απόψεις τους για θέματα παγκόσμιας, μεσογειακής και ελληνικής ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, θέματα στρατηγικής τόσο του κράτους όσο και των επιχειρήσεων, καθώς και θέματα ανταγωνισμού και διάρθρωσης της τουριστικής αγοράς. Στο ίδιο συνέδριο παρουσιάστηκαν και τα αποτελέσματα πανελλαδικής ξενοδοχειακής έρευνας που έγινε στην διάρκεια Αυγούστου - Οκτωβρίου 2006 με την επιστημονική εποπτεία της Διεύθυνσης Οικονομικών μελετών και Προβλέψεων της Eurobank EFG, τα οποία φωτίζουν πτυχές του ξενοδοχειακού ανταγωνισμού, της σχέσης των ξενοδοχείων με

τους Tour Operators, των υπηρεσιών που προσφέρουν, της τιμολόγησης των υπηρεσιών αυτών, καθώς και των επενδυτικών τους δραστηριοτήτων. Και φυσικά συμπεραίνει κανείς ότι η Ελλάδα διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα από την γεωγραφική και ιστορική θέση της, τα οποία πρέπει να εκμεταλλευτεί για να μπορέσει να ανεβάσει το σχετικό βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της. Η φετινή ραγδαία επιδείνωση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών κρούει τον κώδωνα του κινδύνου σε θέματα ανταγωνιστικότητας. Στον χώρο του τουρισμού, υπάρχουν οι προϋποθέσεις για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

1.3 Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού

Από τα μέσα της δεκαετίας του '60, ο τουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και σε κύρια πηγή ανάπτυξης. Ξεκινώντας με λιγότερες από 2 εκατομμύρια αφίξεις το 1970, τρεις δεκαετίες αργότερα περισσότερα από 12 εκατομμύρια αλλοδαποί (δεν υπολογίζονται οι εισοδοί από Αλβανία) περνούν ετησίως τα σύνορα της χώρας, στη συντριπτική τους πλειοψηφία για τουρισμό. Οι εισπράξεις από την παροχή πάσης φύσεως υπηρεσιών σε αυτούς τους επισκέπτες έφτασαν το 2005 τα 11 δισεκατομμύρια ευρώ ή περίπου το 6% του ΑΕΠ. Συνολικά η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει στην οικονομική δραστηριότητα (ΑΕΠ) το 15- 20%.

Η εξέλιξη αυτή συμβαδίζει με τις παγκόσμιες εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού. Το 1980 καταγράφηκαν περίπου 100 εκατομμύρια διασυνοριακές αφίξεις παγκοσμίως. Το 2005 το νούμερο αυτό ξεπέρασε τα 680 εκατομμύρια. Οι επιπτώσεις στους τομείς των μεταφορών και της τουριστικής βιομηχανίας ήταν δραματικές. Η παγκόσμια αυτή άνθηση των ταξιδιών, κυρίως για επαγγελματικούς λόγους και αναψυχή συνοδεύτηκε από αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης στις χώρες - προορισμούς αλλά και από σημαντικά προβλήματα. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις, η εξάρτηση από μία μόνο πηγή εισοδήματος και η εποχικότητα της δημιουργουμένης απασχόλησης είναι μερικά από αυτά.

Ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση τουριστών και την αύξηση των εσόδων εντείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς νέοι τουριστικοί προορισμοί εισέρχονται στη διεθνή αγορά. Η διεθνής βιβλιογραφία προσδιορίζει έναν κύκλο ζωής για τους τουριστικούς προορισμούς. Η αρχική φάση είναι αυτή της εισαγωγής στην τουριστική

αγορά. Ακολουθεί η φάση της ανάπτυξης, που χαρακτηρίζεται από υψηλούς ρυθμούς αύξησης τόσο των αφίξεων, όσο και των εισπράξεων και από την πολλές φορές άναρχη ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών. Στην συνέχεια έρχεται η φάση της ωριμότητας και ο κορεσμός. Ο αριθμός των επισκεπτών δεν μπορεί να αυξάνεται επ' αόριστον με υψηλούς βαθμούς. Βεβαίως, η πορεία προς την φάση της ωριμότητας διαφέρει ως προς τους ρυθμούς ανάπτυξης και την μορφή του τουρισμού ανάλογα με τον προορισμό.

Η αναπτυξιακή στρατηγική που ακολουθείται επηρεάζει την εξέλιξη του προορισμού μετά την ωρίμανσή του. Η άναρχη ανάπτυξη των υποδομών συνήθως έχει περιβαλλοντικές επιπτώσεις και συνεπάγεται στην καταστροφή των χαρακτηριστικών που κάνουν έναν προορισμό ελκυστικό. Υποδομές χαμηλών ποιοτικών χαρακτηριστικών προσελκύουν φθινό τουρισμό, ενώ συνεπάγονται χαμηλή κερδοφορία των επιχειρήσεων και δυσκολία πραγματοποίησης επενδύσεων, που με την σειρά της οδηγεί σε αδυναμία ποιοτικής αναβάθμισης ή έστω διατήρησης του ποιοτικού επιπέδου. Με την κατάλληλη πολιτική, η είσοδος σε αυτό τον φαύλο κύκλο μπορεί να αποφευχθεί με την δημιουργία ποιοτικών υποδομών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ώστε η πιθανή κάμψη των ρυθμών αύξησης των αφίξεων να μην συνδυαστεί με μείωση των εσόδων.

Η Ελλάδα είναι πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός. Η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα στηρίχθηκε στην προσφορά του κλασσικού τουριστικού προϊόντος, ήλιος και θάλασσα, και ουσιαστικά δεν έχει διαφοροποιηθεί. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις παραδοσιακές χώρες προέλευσης της Βορειοδυτικής Ευρώπης και αδυνατεί να αξιοποιήσει αποτελεσματικά νέες πηγές τουριστικής ζήτησης. Τέλος, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των υποδομών θεωρούνται χαμηλού επιπέδου από τους ίδιους τους παράγοντες του χώρου. Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού για τις τουριστικές επενδύσεις και η έλλειψη μιας εθνικής αναπτυξιακής στρατηγικής για τον τουρισμό δυσχεραίνουν την υλοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων για την βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς με παρόμοια χαρακτηριστικά. Ο ανταγωνισμός δεν προέρχεται πλέον μόνο από παραδοσιακούς προορισμούς, όπως η Ισπανία, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς, όπως η Τουρκία και από κάποιους οι οποίοι επανέρχονται δυναμικά στην παγκόσμια τουριστική αγορά, όπως η

Κροατία. Πολιτικές εντάσεις, τρομοκρατικά χτυπήματα και πολεμικές συρράξεις ανακόπτουν την ανοδική πορεία ορισμένων από τους ανταγωνιστές, αλλά δεν αποτελούν παρά βραχυχρόνιες «ανάσες» για τον ελληνικό τουρισμό.

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της. Η διεθνής εμπειρία έχει αναδείξει δύο διαφορετικές προσεγγίσεις για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας. Σύμφωνα με την πρώτη, η προσπάθεια διατήρησης υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης ή έστω διατήρησης του αριθμού των επισκεπτών σε υψηλά επίπεδα επικεντρώνεται στην προσφορά χαμηλών τιμών. Αυτή η επιλογή προσθέτει ένα επιπλέον στοιχείο στον φαύλο κύκλο που προκαλούν οι ποιοτικά ανεπαρκείς υποδομές, καθώς οι χαμηλές τιμές δυσκολεύουν την επίτευξη κερδοφορίας, την πραγματοποίηση επενδύσεων και την βελτίωση ή έστω διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αν και ένας προορισμός οφείλει να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά του στις τιμές, αυτή δεν είναι από μόνη της ικανή συνθήκη για την διατήρηση ή την βελτίωση της θέσης του. Άλλωστε οι σχετικοί δείκτες για την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών ως προς το κόστος, αποδεικνύουν την δυσκολία της ελληνικής τουριστικής αγορά να ακολουθήσει έναν πόλεμο τιμών. Η ελληνική τουριστική αγορά υστερεί συγκριτικά με όλους τους ανερχόμενους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς στην σχετική κατάταξη.

Σύμφωνα με την δεύτερη προσέγγιση, η ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται όταν η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνεται περισσότερο από το κόστος (value for money). Η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών παίζει σημαντικό ρόλο στην διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ποιότητα άλλωστε είναι αυτή που μπορεί να διατηρήσει υψηλά επίπεδα ζήτησης για έναν προορισμό παρά τον εντεινόμενο ανταγωνισμό, όπως αποδεικνύει η περίπτωση των Βαλεαρίδων Νήσων. Η ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι πλέον επιτακτική ανάγκη και αποτελεί μόνιμη επιδίωξη, των τελευταίων τουλάχιστον 20 ετών, όλων όσων εμπλέκονται με τον τουρισμό στην Ελλάδα.

Η ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών αφορά κατά κύριο λόγο τον τομέα των μεταφορών και το ξενοδοχειακό δυναμικό. Ο τουρισμός αποτελεί μέρος μόνο των παραγόντων που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά τον σχεδιασμό των απαραίτητων

επενδύσεων στον τομέα των μεταφορών. Αντίθετα το ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελεί προτεραιότητα στην ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών.

Η διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί με την ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, την ανάπτυξη μορφών τουρισμού γνωστών σε άλλες τουριστικές αγορές, νέων για την Ελλάδα, όπως ο τουρισμός πόλεων (city break), εκμεταλλεόμενοι και την επιτυχία διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Χαρακτηριστικό της αδυναμίας εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων είναι η ανεπαρκής αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας. Παρακάτω, παρουσιάζονται στοιχεία για την πορεία του παγκόσμιου και του ελληνικού τουρισμού, η σημασία τους για την οικονομία και τα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ακολουθεί, η παρουσίαση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός και της θέσης της Ελλάδας στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Ακόμα, αναλύονται οι εισπράξεις ανά άφιξη της Ελλάδας και των ανταγωνιστών της και η σημασία της ποιότητας για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής οικονομίας. Ύστερα, εξετάζονται τα κυριότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού και επιχειρείται σύγκριση με τους κυριότερους ανταγωνιστές. Στην συνέχεια, παρουσιάζονται τα έσοδα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων από τον εισερχόμενο τουρισμό. Τέλος, στα συμπεράσματα, συνοψίζονται τα κύρια ευρήματα της ανάλυσης και περιγράφονται ζητήματα που χρήζουν περαιτέρω διερεύνηση¹.

1.4 Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την παγκόσμια και ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη από ότι για το σύνολο της παγκόσμιας οικονομίας.

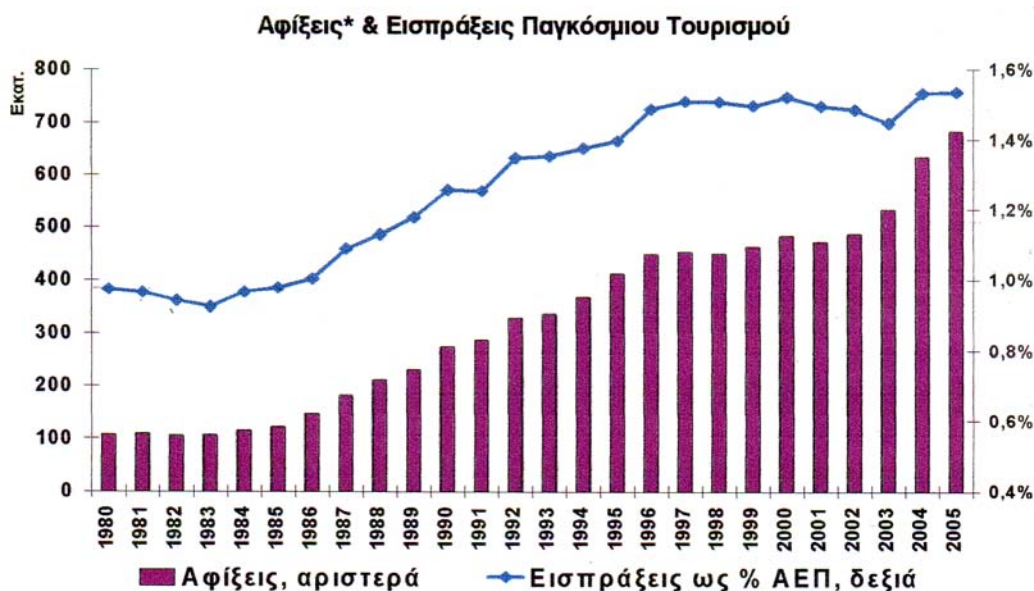
Η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση δεν έχει αυξήσει δραματικά μόνο τις διασυνοριακές κινήσεις αγαθών και κεφαλαίων, αλλά και τις μετακινήσεις ανθρώπων, είτε αυτοί ταξιδεύουν για λόγους επαγγελματικούς είτε αναψυχής. (βλέπε διάγραμμα). Το 2005 οι διεθνείς αφίξεις έφτασαν τον αριθμό ρεκόρ των 681,5 εκατομμύρια έπειτα

¹ Βλ. Eurobank Research «Οικονομία και Αγορές», Τεύχος 8, 25/10/2006, σελ. 2-5

από μια συνεχή άνοδο 21 ετών, με εξαίρεση το 2001 (τρομοκρατικές επιθέσεις 11/9) και το 1998 (Ασιατική κρίση του 1997 και Ρωσική κρίση). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού - United Nations World Tourism Organization (UNWTO) προβλέπει ότι έως το 2020 οι αφίξεις θα ξεπεράσουν το 1,5 δισεκατομμύρια.

Τα οφέλη για την παγκόσμια οικονομία από τον τουρισμό ήταν και εξακολουθούν να είναι σημαντικά. Είναι όμως δύσκολο να εκτιμηθούν ποσοτικά λόγω έλλειψης στοιχείων. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού και ο ΟΟΣΑ έχουν αναπτύξει την μεθοδολογία για την δημιουργία ενός συστήματος Εθνικών Δορυφόρων Λογαριασμών για τον Τουρισμό (Tourism Satellite Accounts). Η μεθοδολογία αυτή παρέχει μία εκτίμηση τόσο των πρωτογενών, όσο και των δευτερογενών επιδράσεων του εξωτερικού και του εσωτερικού τουρισμού στην οικονομία. Ελλείψει TSA μπορεί κάποιος να σχηματίσει μια εικόνα χρησιμοποιώντας τα στοιχεία για τις τουριστικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό, που αποτελούν ένα κλάσμα του συνολικού οφέλους της οικονομίας, όπως αυτά δίνονται από Τα Ισοζύγια Διεθνών Συναλλαγών κάθε χώρας. Οι τουριστικές εισπράξεις ανέρχονται στο 1,5% του παγκοσμίου ΑΕΠ το 2005 (βλέπε διάγραμμα 1).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1



Πηγή: UNWTO

* Οι αφίξεις δεν περιλαμβάνουν τις κρουαζιέρες.

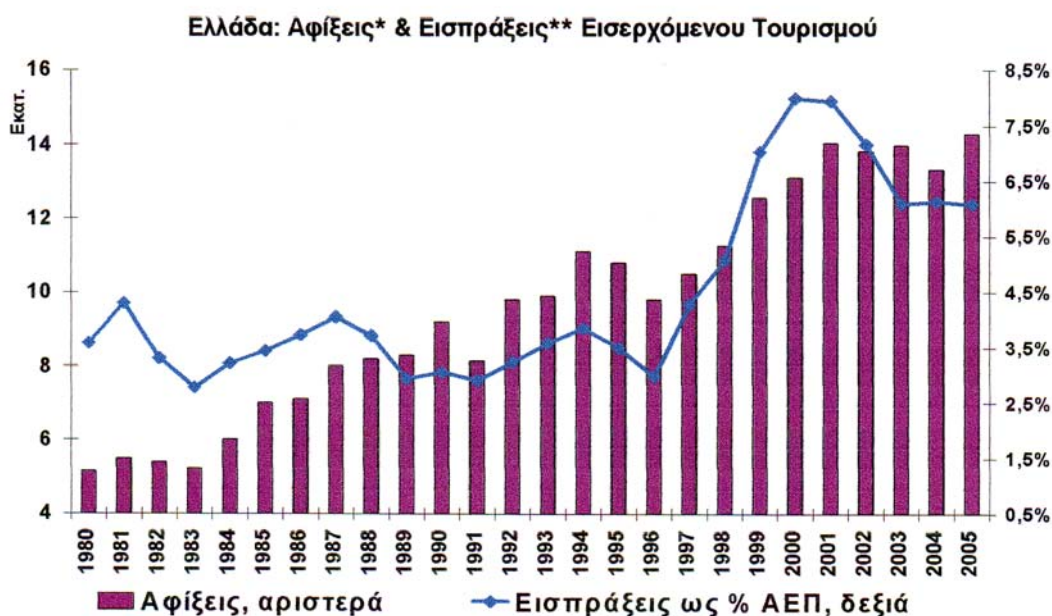
Σύμφωνα με τους υπολογισμούς του World Tourism & Travel Council (WTTC), το 2006 η τουριστική οικονομία αναμένεται να παράγει όχι απλώς το 1,5% του ανώτερου

διαγράμματος, αλλά και το 10,3% του παγκόσμιου ΑΕΠ και να απασχολήσει 234,3 εκατομμύρια εργαζομένους (8,7 της συνολικής απασχόλησης). Τα αντίστοιχα νούμερα για την Ελλάδα είναι 15,1% του ΑΕΠ και 699.000 θέσεις εργασίας (15,9% της συνολικής απασχόλησης). Η σχετική σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη.

Η Ελλάδα από την δεκαετία του 1980 έχει μετατραπεί σε έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Οι αφίξεις αλλοδαπών σημείωσαν αλματώδη αύξηση τις δεκαετίες του 1980 και του 1990 (βλέπε διάγραμμα 2). Οι εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό αυξήθηκαν τα τελευταία 2 χρόνια σε τρέχουσες και πραγματικές (αποπληθωρισμένες) τιμές. Όμως, ως ποσοστό του ΑΕΠ έχουν μείνει σταθερές και έχουν μειωθεί στο 6,1% του ΑΕΠ το 2005 από το 7,9% του ΑΕΠ το 2000.

Χαρακτηριστικό της σπουδαιότητας των τουριστικών εισπράξεων για την ελληνική οικονομία είναι ότι η Ελλάδα πλήρωσε για εισαγωγές πετρελαίου το 2005 το 4,9% του ΑΕΠ ενώ οι εισπράξεις από τις τουριστικές υπηρεσίες έφτασαν το 6,1% ή 11 δισεκατομμύρια ευρώ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2



Πηγή: ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

* Οι αφίξεις δεν συμπεριλαμβάνουν τις κρουαζιέρες.

** Το 2002 αλλαγές στη μεθοδολογία συγκέντρωσης των στοιχείων για τις εισπράξεις.

1.5 Η Ελλάδα σε ένα περιβάλλον εντεινόμενου ανταγωνισμού

Στην ενότητα αυτή γίνεται συνοπτική παρουσίαση των κυριότερων χαρακτηριστικών της ελληνικής τουριστικής αγοράς και στην συνέχεια περιγράφεται το ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί ο ελληνικός τουρισμός. Η ανάλυση κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να αναγνωριστούν οι αδυναμίες και οι δυνατότητες παραπέρα ανάπτυξης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (προσφορά) και των ξένων τουριστών στην Ελλάδα (ζήτηση) δεν έχουν μεταβληθεί ουσιαστικά τα τελευταία 20 χρόνια:

- Η εποχικότητα της ζήτησης παραμένει έντονη, με το 50% των τουριστών να έρχεται στην Ελλάδα το τρίμηνο Ιουλίου - Σεπτεμβρίου, ενώ την περίοδο Μάιο - Σεπτέμβριο έρχεται στην χώρα περίπου το 70% των τουριστών. Η Ελλάδα παραμένει πάντοτε προορισμός καλοκαιρινών διακοπών.
- Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών έρχονται στην Ελλάδα για τον ήλιο και την θάλασσα. Μορφές τουρισμού όπως ο συνεδριακός ή ο αγροτουρισμός δεν έχουν σημαντικά μερίδια αγοράς, εντείνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας.
- Το κυριότερο μέσο ταξιδιού παραμένει το αεροπλάνο. Πάνω από 80% των τουριστών φτάνει στην Ελλάδα αεροπορικώς, οδικώς περίπου το 14% και δια θαλάσσης το 4,5%.
- Οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης παραμένουν οι ίδιες τα τελευταία χρόνια, κατά σειρά το Ηνωμένο Βασίλειο (το 21,2% του εισερχόμενου τουρισμού το 2005), η Γερμανία (17,5%), η Ιταλία (8,8%), η Γαλλία (5,3%), η Ολλανδία (5,2%) και οι Σκανδιναβικές χώρες (7,5%). Τα μερίδια των χωρών, όπως οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία παραμένουν εξαιρετικά χαμηλά ενώ οι χώρες προέλευσης από την πρώην ΕΣΣΔ παραμένουν ουσιαστικά αναξιοποίητες. Αντίθετα, στην Τουρκία οι χώρες της πρώην ΕΣΣΔ αποτελούν την δεύτερη μεγαλύτερη πηγή προέλευσης των αφίξεων.
- Η προσφορά είναι γεωγραφικά συγκεντρωμένη σε Κρήτη (21% των κλινών), Δωδεκάνησα (17%), Ιόνια Νησιά (12%), Αττική (9%), Χαλκιδική (6,5%) και Κυκλάδες (6%).

- Το επενδυτικό περιβάλλον είναι κάθε άλλο παρά ιδανικό, όπως φαίνεται και από τους σχετικούς δείκτες των μελετών ανταγωνιστικότητας, σύμφωνα με τους οποίους η Ελλάδα βρίσκεται πάντα στις χαμηλότερες θέσεις της κατάταξης.
- Οι τουριστικές αγορές στις χώρες προέλευσης κυριαρχούνται από λίγες μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες – τουριστικούς πράκτορες (Tour Operators, T.O.), οι οποίοι πλέον έχουν επεκταθεί και στους τομείς των μεταφορών και της διαμονής. Η ολιγοπωλιακή δύναμη των εταιρειών αυτών, ενισχύθηκε σημαντικά και από τις συνεχείς εξαγορές και συγχωνεύσεις στον κλάδο τα τελευταία χρόνια. Η εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τον μαζικό τουρισμό, που οι T.O. ελέγχουν, κάνουν τις σχέσεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων με αυτές κρίσιμο σημείο προς διερεύνηση. Εκμεταλλευόμενοι την μεγάλη διαπραγματευτική τους δύναμη οι T.O. πιέζουν για μειώσεις τιμών αλλά και για περισσότερες και καλύτερες υπηρεσίες, δυσκολεύοντας έτσι την επικερδή λειτουργία των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.
- Τέλος, όπως και σε όλους σχεδόν τους τομείς της ελληνικής οικονομίας, υπάρχει μεγάλη καθυστέρηση στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών.

Η ελληνική τουριστική αγορά θεωρείται πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός. Ένας δείκτης που χρησιμοποιείται ευρέως για τον ορισμό ενός προορισμού ως ώριμος είναι ο πληθυσμός του προορισμού προς τις διεθνείς αφίξεις. Όσο ο δείκτης αυτός μειώνεται προς την μονάδα τόσο πιο ώριμος μπορεί να χαρακτηριστεί ένα προορισμός. Η Ελλάδα όπως φαίνεται στον Πίνακα 1 ανήκει σαφώς στους ώριμους τουριστικούς προορισμούς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ / ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

	Ελλάδα	Τουρκία	Κροατία	Ιταλία	Ισπανία	Πορτ/λία	Αίγυπτος
1999	0,95	9,62	1,20	1,58	0,86	0,87	13,76
2005	0,86	3,39	0,52	1,49	0,75	0,86	8,45

Πηγή: World Bank, UNWTO, ΕΣΥΕ, ΕΟΤ, ΙΤΕΠ

Η Ελλάδα δεν ανταγωνίζεται πλέον μόνο προορισμούς, όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Τα τελευταία χρόνια νέοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Τουρκία και η Κροατία, προσφέρουν πλέον το ίδιο προϊόν με την Ελλάδα (ήλιος και θάλασσα), διεκδικώντας κατά κύριο λόγο μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές που απευθύνεται και το ελληνικό τουριστικό προϊόν διεκδικώντας κατά κύριο λόγο μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές που απευθύνεται και το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Απευθύνονται κυρίως σε τουρίστες από τις χώρες της Β.Δ. Ευρώπης και προσπαθούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό. Κύριο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η πορεία των χωρών, όπως η Τουρκία, με την μεγάλη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών τα τελευταία 10 χρόνια, είναι σε κάποια σημεία παρόμοια με αυτή της Ελλάδας την δεκαετία του 1980. Το διάστημα 1999 - 2005 οι αφίξεις στην Τουρκία αυξάνονται κατά μέσο όρο 29,5% ετησίως. Με αυτούς τους ρυθμούς αύξησης των αφίξεων και με τους σημερινούς ρυθμούς πληθυσμιακής αύξησης, ο δείκτης το 2010 αναμένεται να μειωθεί στο 1,44. Αν ληφθεί υπόψη ότι η τουριστική ανάπτυξη στην Δυτική Τουρκία, η τιμή του δείκτη δεν χρειάζεται καν να προσεγγίσει το 1 για να χαρακτηριστεί ώριμη η τουρκική τουριστική αγορά.

Η είσοδος της Τουρκίας και των υπόλοιπων αγορών στους ώριμους προορισμούς είναι ένα κρίσιμο σημείο για την πορεία του ελληνικού τουρισμού. Το πώς θα αντιδράσει η τουρκική αγορά στην αναπόφευκτη μείωση των ρυθμών αύξησης της ζήτησης είναι ένα κρίσιμο ερώτημα. Μία αντίδραση όπως αυτή της ελληνικής αγοράς την δεκαετία του '80 με μείωση τιμών προκειμένου να διατηρηθούν οι ρυθμοί αυτοί, ενδέχεται να μειώσει τις επενδύσεις και την ποιότητα των υπηρεσιών επιτυγχάνοντας την είσοδο σε έναν γνωστό στην ελληνική τουριστική αγορά φαύλο κύκλο. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν οφείλει να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό προσφέροντας ποιοτικότερες υπηρεσίες υψηλότερης αξίας, ώστε να μην επηρεαστεί από ένα πιθανό πόλεμο τιμών, καθώς θα απευθύνεται πλέον σε ανώτερο εισοδηματικό κομμάτι της αγοράς, το οποίο θα αναζητά ποιότητα και δεν θα επηρεάζεται τόσο από τις μεταβολές στις τιμές.

Το επίπεδο τιμών των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της είναι ιδιαίτερα κρίσιμο. Στον Πίνακα 2 η Ελλάδα συγκρίνεται με τους κυριότερους ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς, με βάση ένα δείκτη

ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών, που δημοσιεύει ο WTTC.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην 8^η θέση, πίσω από όλους τους αναδυόμενους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς. Συνεπώς δεν μπορεί να ανταγωνιστεί με βάση το κόστος, παρά μόνο με βάση την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η πτώση στο μερίδιο αγοράς τα τελευταία χρόνια, όσον αφορά τις αφίξεις, όπως και στον απόλυτο αριθμό επισκεπτών μέχρι πέρυσι αποδίδεται εν μέρει στον ανταγωνισμό από χώρες με χαμηλότερες τιμές και παρόμοια ποιότητα τουριστικού προϊόντος.

Από το 1996 μέχρι το 2001 τόσο ο συνολικός αριθμός αφίξεων όσο και το μερίδιο της ελληνικής τουριστικής αγοράς (ως % του συνόλου των παγκόσμιων αφίξεων) αυξάνεται συνεχώς. Από το 2001 παρουσιάζεται μια στασιμότητα στο συνολικό αριθμό αφίξεων και μια πτώση στο μερίδιο αγοράς. Η αύξηση στον αριθμό αφίξεων που σημειώθηκε το 2005 επανέφερε την Ελλάδα στα επίπεδα του 2001, αλλά ταυτόχρονα τα τελευταία δύο χρόνια το μερίδιο της ελληνικής αγοράς μειώθηκε (βλέπε διάγραμμα 3). Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις, το 2006 θα σημειωθεί περαιτέρω αύξηση των αφίξεων 8% έως 10%.

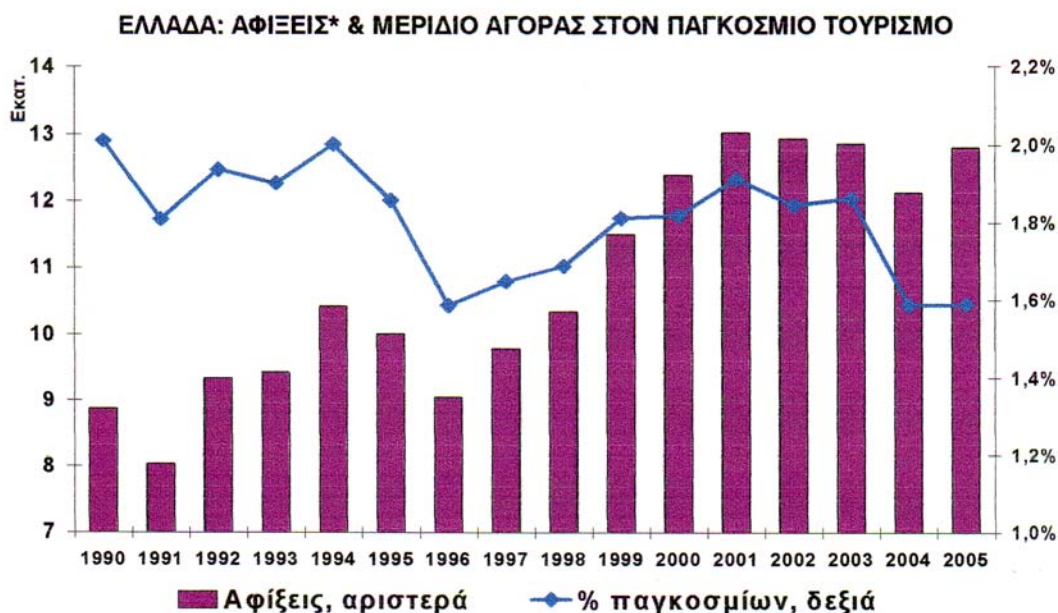
ΠΙΝΑΚΑΣ 2
ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΙΜΩΝ ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

2004

Χώρες	Tourism Price Competitiveness Index
Τουνησία	90,68
Αίγυπτος	87,09
Τουρκία	84,77
Κροατία	84,17
Μάλτα	74,90
Κύπρος	71,51
Πορτογαλία	59,65
Ελλάδα	54,41
Ισπανία	54,28
Γαλλία	51,34
Ιταλία	47,06

Πηγή: World Travel and Tourism Council, 2004. Competitiveness Monitor.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3



Πηγή: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, ΙΤΕΠ

*Αφίξεις χωρίς εισόδους από Αλβανία και κρουαζιέρες.

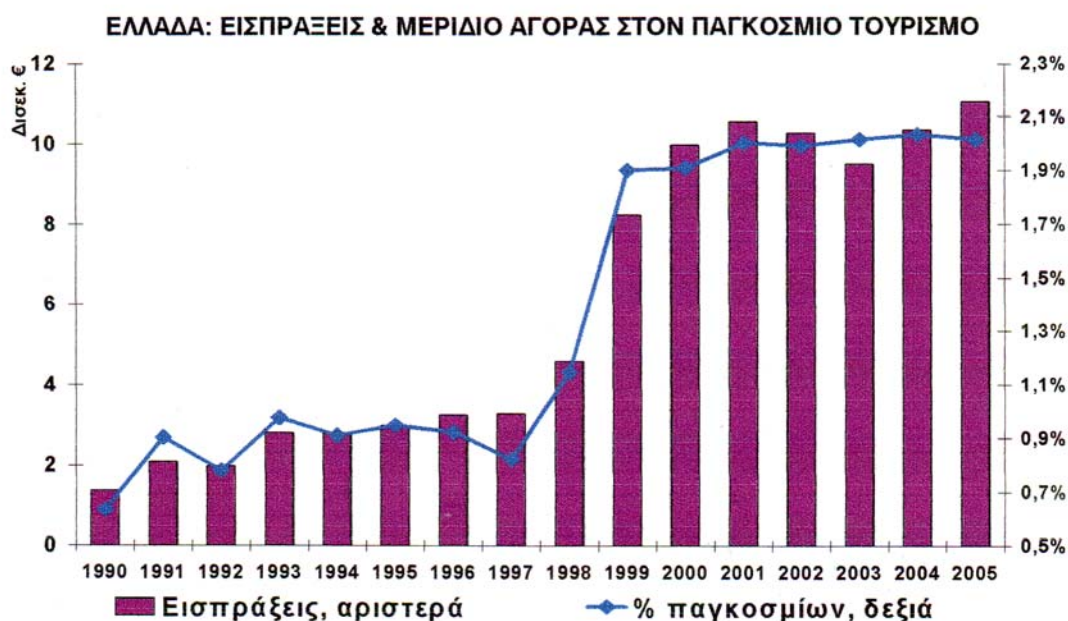
Η πτώση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια είναι παρόμοια με αυτή άλλων ώριμων τουριστικών όπως η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία. Αντίθετα, χώρες όπως η Κροατία, η Αίγυπτος και η Τουρκία, παρουσιάζουν σημαντική αύξηση, καθώς είναι αναπτυσσόμενοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Ελλάδα την δεκαετία του 1980.

Η εικόνα όμως των εισπράξεων είναι καλύτερη (βλέπε διάγραμμα 4). Το μερίδιο της Ελλάδας στις εισπράξεις μένει σταθερό τα τελευταία χρόνια, παρά την μείωση του μεριδίου των αφίξεων, χαρακτηριστικό ισοδύναμο με αύξηση των εισπράξεων ανά άφιξη στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Τα στοιχεία για τις τουριστικές εισπράξεις στην Ελλάδα την περίοδο Ιανουαρίου - Ιουλίου 2006 δείχνουν μία αύξηση 8,8% έναντι της ίδιας περιόδου το 2005. Το μερίδιο των αναδυόμενων μεσογειακών αγορών (βλέπε διάγραμμα 5) αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, σημάδι του εντεινόμενου ανταγωνισμού².

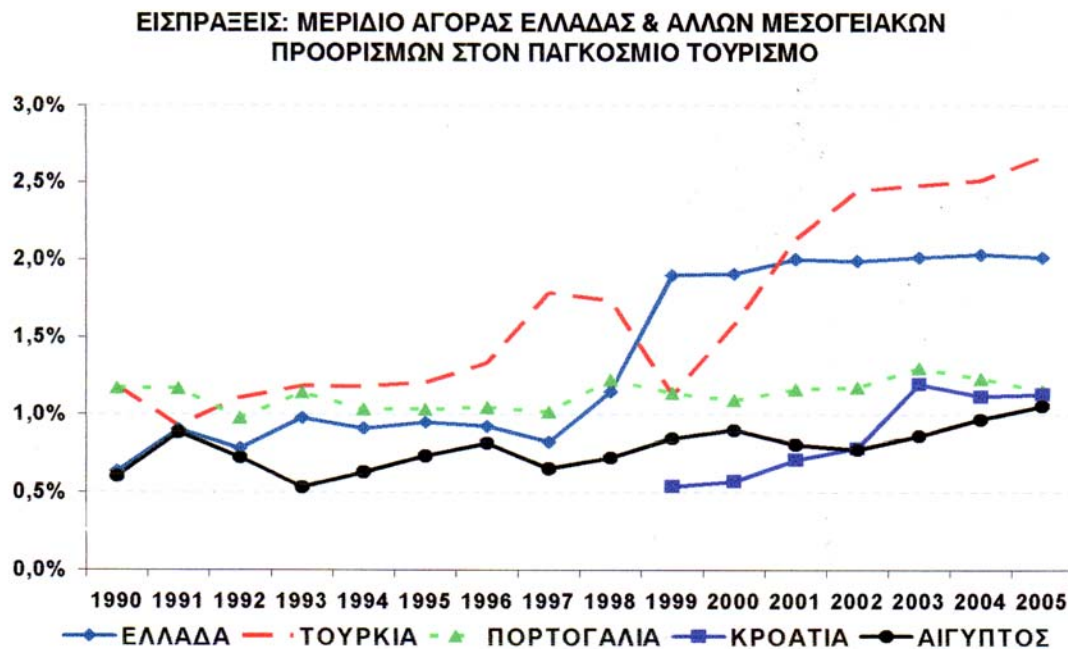
² Βλ. Eurobank Research «Οικονομία και Αγορές», Τεύχος 8, 25/10/2006, σελ. 6-10

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



Πηγή: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5



Πηγή: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, ΙΤΕΠ

Κεφάλαιο 2

Τουριστική ανάπτυξη – Θερινές διακοπές

2.1 Ο τουρισμός ως ο σπουδαιότερος παραγωγικός κλάδος

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σπουδαιότερους παραγωγικούς κλάδους στον οποίο η Ελλάδα διαθέτει αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Μαζί με την ναυτιλία εντάσσονται στον τομέα των διεθνώς εμπορεύσιμων υπηρεσιών και χαρακτηρίζονται από μία δυναμική αναπτυξιακή πορεία σε ολόκληρη την μεταπολεμική περίοδο. Ενισχύουν την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και επηρεάζουν την διάρθρωσή της και την αναπτυξιακή δυναμική όλων των κλάδων. Επίσης, η ανταγωνιστικότητα και η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού και της ναυτιλίας επηρεάζουν την διάρθρωση του ισοζυγίου των εξωτερικών συναλλαγών της χώρας, που διακρίνεται από μεγάλο πλεόνασμα στο ισοζύγιο των υπηρεσιών που, μαζί με το πλεόνασμα στο ισοζύγιο των εισοδηματικών και κεφαλαιακών μεταβιβάσεων, αντισταθμίζουν το μεγάλο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου.

Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που παρέχουν μεγάλες δυνατότητες για την ανάπτυξη του τουρισμού σε όλη την διάρκεια του έτους. Τα πολυάριθμα νησιωτικά της συμπλέγματα και οι τεράστιες σε μήκος και ποικιλία

πεντακάθαρες ακτές (το 2006 η Ελλάδα είχε 404 παραλίες βραβευμένες με «Γαλάζια Σημαία», καταλαμβάνοντας τη 2^η θέση ανάμεσα σε 40 χώρες από όλο τον κόσμο) συμπληρώνονται με ιδανικό τρόπο από αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια. Αυτά δε, συνδυάζονται ιδανικά με την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της Ελλάδος, που αποτελεί από μόνη της πόλο έλξης ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών. Επιπλέον, η αναβάθμιση της οικονομικής, τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και ο υψηλός βαθμός ασφαλείας σε συνδυασμό με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, την παιδεία και τον τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει ουσιαστικά την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό. Γενικά, η Ελλάδα διαθέτει σε αφθονία σημαντικές φυσικές, ιστορικές και πολιτιστικές πλουτοπαραγωγικές πηγές, των οποίων η αξία αυξάνει με την πάροδο του χρόνου. Οι πηγές αυτές δίδουν την δυνατότητα προσφοράς ενός σημαντικά διαφοροποιημένου - ελκυστικού τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας σε δωδεκάμηνη βάση και σε πολύ ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας - τιμής έναντι άλλων χωρών.

Ο βαθμός αξιοποίησης αυτών των αξιόλογων συγκριτικών πλεονεκτημάτων προσδιορίζεται από την ανταγωνιστικότητα του οικονομικού περιβάλλοντος στην οικονομία ως σύνολο, καθώς και τον συγκριτικό βαθμό αναπτύξεως της ελληνικής τουριστικής επιχειρήσεως σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα. Το κατά πόσον εκμεταλλευόμαστε τα αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουμε είναι τελικά συνάρτηση και του βαθμού αναπτύξεως της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό και σε άλλους κλάδους σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

Γενικά, η ανάπτυξη του τουρισμού στην μεταπολεμική περίοδο ήταν εντυπωσιακή (μέση ετήσια αύξηση των αφίξεων την περίοδο 1991 - 2005, εξαιρουμένων αυτών από τις Βαλκανικές χώρες: 2,3%, μέση ετήσια αύξηση των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό σε δολάρια την περίοδο 1960-2005 13,3%) και μπορεί να εξηγηθεί από την ύπαρξη των αναμφισβήτητων συγκριτικών πλεονεκτημάτων που προαναφέρθηκαν. Σήμερα, δύο χρόνια μετά την εντυπωσιακή επένδυση που πραγματοποίησε η χώρα μας σε οικονομική και τουριστική υποδομή επ' ευκαιρία των ολυμπιακών Αγώνων και από την αμύθητης αξίας τουριστική προβολή της χώρας από την επιτυχή διοργάνωση των Αγώνων, οι προοπτικές είναι άριστες καθώς, όπως προκύπτει και από μελέτες διεθνών οργανισμών, η Ελλάδα δεν έχει ακόμα

αξιοποιήσει παρά μόνο ένα μικρό ποσοστό των δυνατοτήτων της στον τομέα του τουρισμού.

Οι προϋποθέσεις αξιοποίησεως αυτών των δυνατοτήτων και τα εμπόδια που ενδεχομένως προκύπτουν στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού διαπιστώνονται και αναλύονται στην παρούσα μελέτη όπου εξετάζονται και οι αναγκαίες αλλαγές στη στρατηγική αναπτύξεως του τομέα για επιτάχυνση της αναπτύξεως. Ειδικότερα, πριν αναφερθούμε στους ειδικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής επιχειρήσεως, η οποία αποτελεί το κέντρο βάρους της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και κατ' επέκταση του κλάδου, πρέπει να αναφερθούμε στην θέση και τη συμβολή του τουριστικού τομέα στην ελληνική οικονομία και στην ανταγωνιστικότητα του περιβάλλοντος από το οποίο ο τομέας του τουρισμού δέχεται αλληλεπιδράσεις και με το οποίο συμβιώνει. Στη συνέχεια, αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά στα οποία στηρίζεται η ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού τομέα μέχρι σήμερα και οι παράγοντες που συνέβαλαν στην επικράτηση αυτών των διαρθρωτικών και άλλων χαρακτηριστικών. Διαπιστώνονται η μεγάλη εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού και η υπερβολική εξειδίκευσή του στον καλοκαιρινό παραθεριστικό τουρισμό. Ως βασικοί παράγοντες, που συμβάλλουν στην διαμόρφωση αυτών των χαρακτηριστικών, προσδιορίζονται η έλλειψη σαφούς στρατηγικής για ανάπτυξη του τουρισμού σε δωδεκάμηνη βάση, το χαμηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας στον κλάδο και ο αργός ρυθμός αναπτύξεως της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Οι παράγοντες αυτοί συμβάλλουν στην περιορισμένη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται ο τουρισμός των πόλεων και ιδιαίτερα ο συνεδριακός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός και ο αθλητικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, κ.ά. Σε όλες αυτές τις μορφές τουρισμού η χώρα μας έχει την δυνατότητα να σημειώσει αλματώδη ανάπτυξη, αλλά μέχρι σήμερα δεν έχει υπάρξει αποτελεσματική αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της. Στο τελευταίο μέρος του άρθρου παρουσιάζονται τα βασικά συμπεράσματα και οι προτάσεις πολιτικής για την δυναμικότερη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

2.2 Η ανάπτυξη του Τουρισμού και η συμβολή του στην Ελληνική οικονομία

Η άμεση και έμμεση συμβολή του τομέα του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας εκτιμάται στο 15,1% το 2006, έναντι 15% το 2001, ενώ η απασχόληση στον τουρισμό ως ποσοστό της συνολικής απασχολήσεως έχει μειωθεί στο 15,9% το 2006 από 17,4% το 2001. Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση στην Ελλάδα το 2006 είναι από τις υψηλότερες στις χώρες της ΕΕ-25, μετά την Ισπανία (ΑΕΠ:17,8%, Απασχόληση: 19,1%), την Πορτογαλία (ΑΕΠ: 15,5%, Απασχόληση:17,7%), την Κύπρο (ΑΕΠ: 23,3%, Απασχόληση:29,7%), την Αυστρία (ΑΕΠ: 16,6%, Απασχόληση: 19,1%), και την Κροατία (ΑΕΠ:20,1%, Απασχόληση:23,1%). Ειδικότερα, η συμμετοχή του κλάδου των ξενοδοχείων και εστιατορίων στο ΑΕΠ, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ (Διάγραμμα 6), έχει αυξητική πορεία τα τελευταία δέκα έτη και διαμορφώνεται στο 8,6% το 2005, από 6,5% το 1995.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

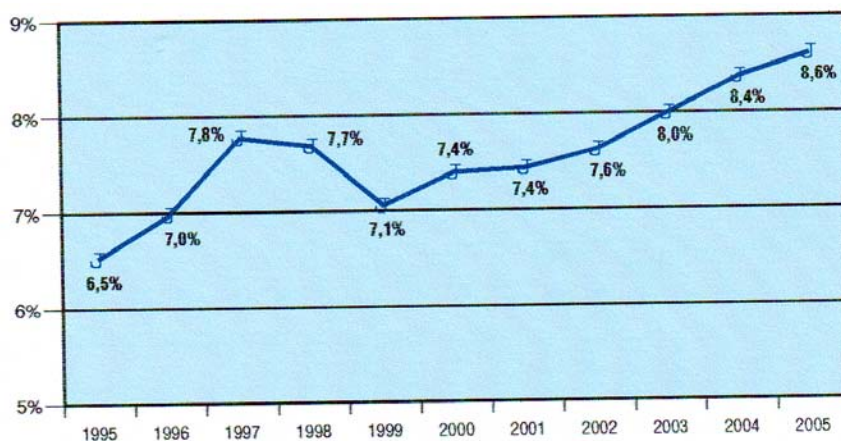
Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ και την Απασχόληση

Χώρες	ο τουρισμός ως % του ΑΕΠ		Η απασχόληση στον τουρισμό ως % της συνολικής απασχόλησης.	
	2001	2006	2001	2006
Ελλάδα	15,0%	15,1%	17,4%	15,9%
Ισπανία	18,4%	17,8%	20,1%	19,1%
Πορτογαλία	15,4%	15,5%	17,0%	17,7%
Γερμανία	9,9%	9,3%	10,8%	10,1%
Γαλλία	12,3%	11,4%	13,9%	13,8%
Λουξεμβούργο	12,4%	9,4%	14,5%	13,4%
Ιταλία	11,4%	10,8%	12,2%	11,9%
Αυστρία	14,9%	16,6%	16,8%	19,1%
ΗνωμένοΒασίλειο	10,9%	9,4%	10,2%	8,6%
Βέλγιο	10,3%	9,4%	11,0%	10,6%
Ολλανδία	9,8%	8,5%	9,7%	8,2%
Δανία	8,7%	8,0%	8,8%	8,1%
Ιρλανδία	8,5%	7,7%	7,7%	7,2%
Σουηδία	7,5%	7,9%	7,2%	8,0%
Φινλανδία	11,5%	9,1%	12,0%	9,7%

Πηγή: World Travel & Tourism Council, 2006

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

Συμμετοχή του Κλάδου Ξενοδοχείων και Εστιατορίων στο ΑΕΠ – Ελλάδα



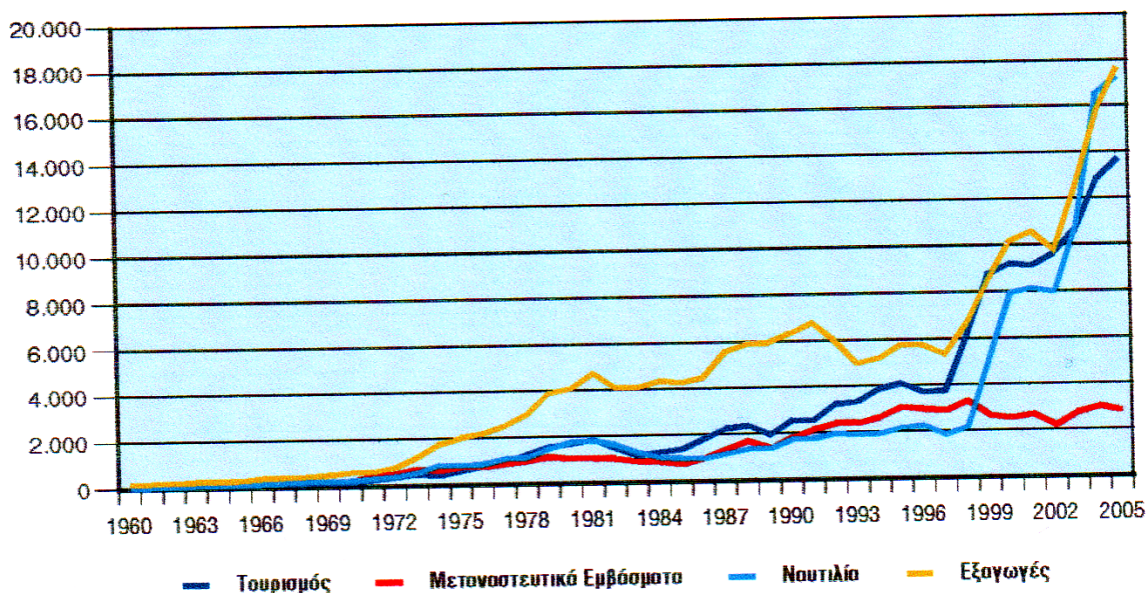
Πηγή: ΕΣΥΕ

Οι εισπράξεις από τον τουρισμό από το εξωτερικό και οι εισπράξεις από τη ναυτιλία (Διάγραμμα 7) διαμορφώνονται συστηματικά πολύ κοντά στο ύψος των συνολικών εισπράξεων από τις εξαγωγές αγαθών και, το σπουδαιότερο, συναγωνίζονται ικανοποιητικά τις εξαγωγές όσον αφορά τη σταθερότητα τους και την αναπτυξιακή τους δυναμική. Οι εισπράξεις από μεταναστευτικά εμβάσματα είναι πλέον στάσιμες.

Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών σε ξενοδοχεία (Διαγράμματα 8 και 9) διαμορφώνονται συστηματικά σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από αυτές των Ελλήνων τουριστών. Αξιοσημείωτη, πάντως, είναι η πτωτική πορεία των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων ξένων μετά το 2000 και μέχρι το 2004. Η τάση αυτή αντικατοπτρίζει τόσο την πτώση των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα (εκτός των αφίξεων από τις Βαλκανικές χώρες), καθώς και τον έντονο ανταγωνισμό στην προσέλκυση τουριστών που υφίστανται τα ξενοδοχεία από την ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο οικογενειακής τουριστικής εκμεταλλεύσεως.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

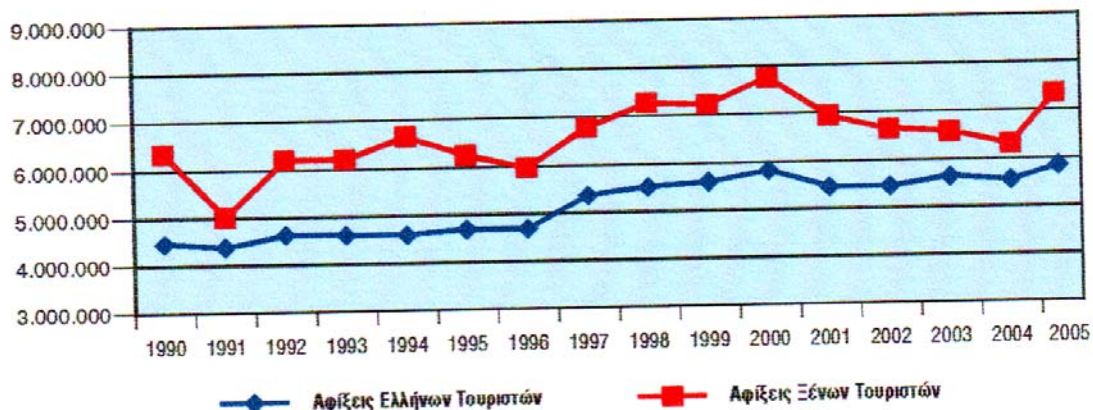
Εξέλιξη Εισροών Τουρισμού, Ναυτιλίας, Εξαγωγών και Μεταναστευτικών Εμβασμάτων (εκατ. \$) – Ελλάδα



Πηγή: ΕΣΥΕ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8

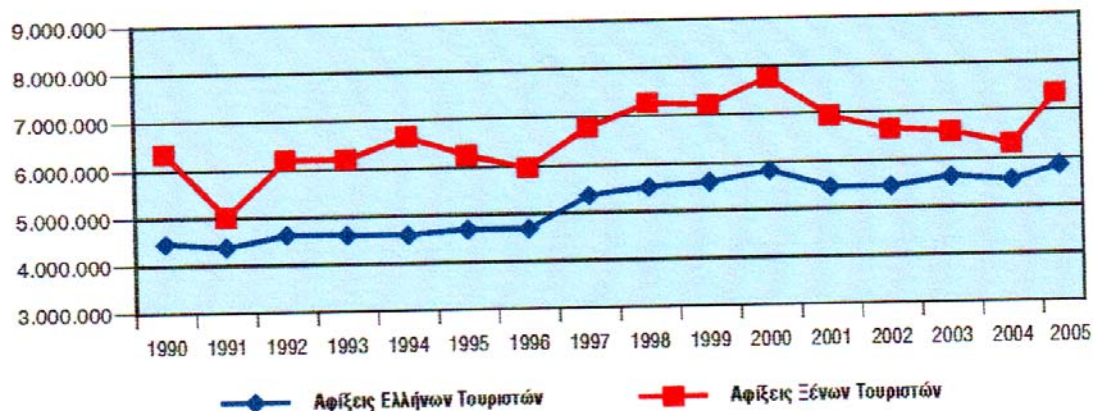
Εξέλιξη των Αφίξεων σε Ξενοδοχεία στην Ελλάδα



Πηγή: Eurostat

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9

Εξέλιξη των Διανυκτερεύσεων σε Ξενοδοχεία στην Ελλάδα

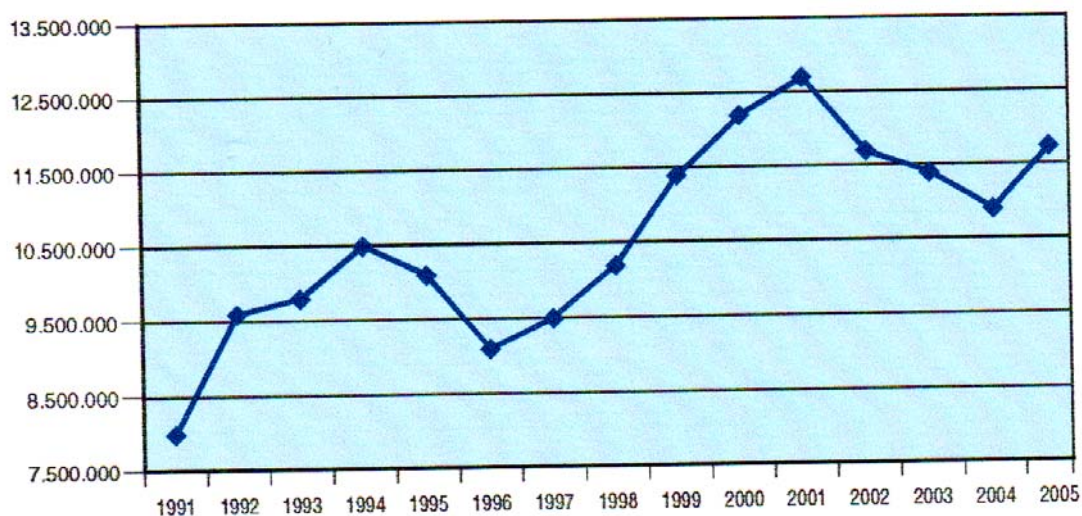


Πηγή: Eurostat

Από το Διάγραμμα 10 γίνεται εμφανής η μεγάλη πτώση των αφίξεων από χώρες εκτός των Βαλκανίων μετά το 2001, τάση που αντιστρέφεται το 2005. Οι επισκέπτες από αυτές τις χώρες και ιδιαιτέρως από την Αλβανία θεωρούνται στην συντριπτική τους πλειοψηφία ως οικονομικοί μετανάστες και όχι ως τουρίστες. Επίσης, από τον Πίνακα 4 προκύπτει η στασιμότητα των αφίξεων από το σύνολο των χωρών εκτός της Αλβανίας στην ίδια περίοδο, ιδιαίτερα δε η πτώση των αφίξεων από τις χώρες της Αμερικής για λόγους που σχετίζονται κυρίως με την διεθνή τρομοκρατία. Επιπλέον, από τον Πίνακα 5 προκύπτει ότι ο ρυθμός αυξήσεως των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δεν είναι ικανοποιητικός, συγκριτικά με τους ανταγωνιστές μας. Η πτωτική πορεία των αφίξεων ξένων τουριστών στην περίοδο 2001-2004 έχει συμβάλει στην μείωση του μεριδίου της Ελλάδας στην παγκόσμια και την ευρωπαϊκή αγορά στο 1,6% και 3,0% αντίστοιχα το 2005, από 1,8% και 3,2% το 2000.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10

Αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα εξαιρουμένων των Βαλκανικών Χωρών



Πηγή: ΕΣΥΕ

Πίνακας 4

Αφίξεις Αλλοδαπών από το Εξωτερικό στην Ελλάδα*

	2000	2002	2003	2004	2005
Κράτη Ευρώπης	11.362.948	11.980.772	11.954.366	11.130.038	11.801.232
Κράτη Ασίας	586.569	609.509	574.896	634.771	555.657
Κράτη Αφρικής	60.955	52.800	44.192	49.165	54.686
Κράτη Αμερικής	300.213	217.369	219.391	236.274	297.189
Κράτη Ωκεανίας	67.597	63.811	57.990	68.445	89.504
Σύνολο	12.378.282	12.924.261	12.850.835	12.118.693	12.798.268

* Δεν συμπεριλαμβάνονται οι ταξιδιώτες από την Αλβανία.

Πηγή: ΕΣΥΕ

Πίνακας 5

Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής Διεθνών Αφίξεων 2001-2005

	Παγκόσμια	Ευρώπη	Μέσος Όρος Ανταγωνιστών	Ελλάδα
2002	2,7%	2,3%	4,4%	-0,7%
2003	-1,9%	-0,9%	2,1%	-0,6%
2004	10,7%	5,1%	8,7%	-3,0%
2005	5,9%	4,6%	8,7%	4,7%
Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής	4,4%	2,8%	6,0%	0,1%

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).

Η αποδυνάμωση της αναπτυξιακής δυναμικής του ελληνικού τουριστικού τομέα μετά το 2001 δεν συνάδει με τις αναμφισβήτητες δυνατότητες της χώρας μας για την ανάπτυξη αυτού του τομέα. Υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι η αποδυνάμωση της αναπτύξεως του τομέα που μπορεί να οφείλεται στα ακόλουθα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν δυσμενώς την ανταγωνιστικότητα και την αναπτυξιακή του δυναμική.

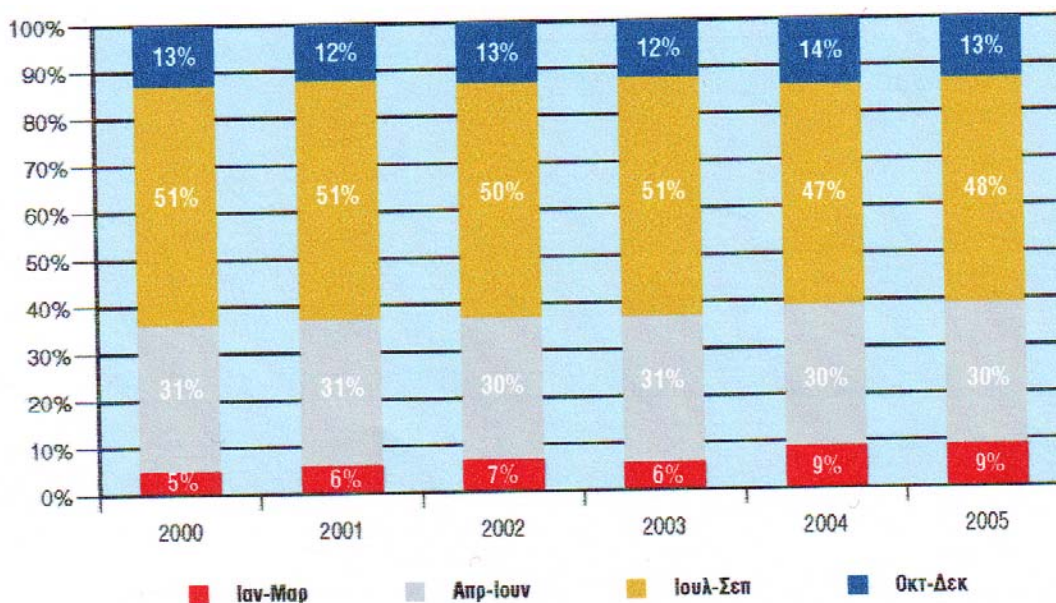
Η ανάπτυξη του τουρισμού φαίνεται να στηρίζεται σε πολύ περιορισμένο βαθμό στην προσέλκυση τουριστών από την εγχώρια αγορά. Το 76% του συνόλου των τουριστικών διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία το 2001 ήταν διανυκτερεύσεις από ξένους (μη κατοίκους) τουρίστες, έναντι μόνο 24% του εσωτερικού τουρισμού. Αντιθέτως στις αναπτυγμένες τουριστικά χώρες, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία, ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί το πιο σημαντικό μέρος της δραστηριότητας του τουριστικού τομέα. Αλλά και σε χώρες που βρίσκονται σε χαμηλότερο επίπεδο ανάπτυξεως από την Ελλάδα, όπως η Πορτογαλία και η Τουρκία, η τουριστική αγορά βασίζεται σε μεγαλύτερη έκταση στην εγχώρια ζήτηση από ότι στην Ελλάδα. Αυτή η σχετικά χαμηλή προσέλκυση τουριστών από την εγχώρια αγορά, την στιγμή που η δαπάνη των κατοίκων για τουρισμό στο εξωτερικό ανέρχεται ήδη σε 2,5 δισεκατομμύρια ευρώ το 2005, περιορίζει την ανάπτυξη του κλάδου και έχει επιπτώσεις στη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη της ελληνικής περιφέρειας. Απαιτείται επομένως από τις τουριστικές επιχειρήσεις πολιτική

προσελκύσεως και των εγχώριων τουριστικών και όχι μόνο των ξένων, ιδιαίτερα με την προσφορά ελκυστικών τουριστικών πακέτων για προορισμούς εντός της χώρας καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Για παράδειγμα, η εγχώρια αγορά μπορεί κάλλιστα να συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές παραθεριστικού τουρισμού με την προσφορά ελκυστικών πακέτων διακοπών, έστω και ολιγοήμερων, κατά τους μήνες Απρίλιο - Ιούνιο και Οκτώβριο - Νοέμβριο.

Ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα. Ο μεγάλος όγκος των αφίξεων ξένων τουριστών (Διάγραμμα 11), το 50% περίπου, πραγματοποιείται κατά το τρίμηνο Ιουλίου - Σεπτεμβρίου, ενώ κατά το τρίμηνο Απριλίου - Ιουνίου πραγματοποιείται το 30% περίπου των αφίξεων.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11

Τριμηνιαία Κατανομή Αφίξεων στην Ελλάδα, 2000 – 2005



Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Αν υποθεθεί ότι κατά την περίοδο 2000 - 2005 εφαρμοζόταν στην Ελλάδα κάποια πολιτική επεκτάσεως της τουριστικής περιόδου, η πολιτική αυτή είχε δυσδιάκριτα αποτελέσματα. Η μικρή μείωση του ποσοστού των αφίξεων της περιόδου Ιουλίου - Σεπτεμβρίου κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες το 2005 έναντι του 2000 και η ταυτόχρονη αύξηση κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες του ποσοστού της περιόδου Ιανουαρίου -

Μαρτίου, δεν μπορεί να αντισταθμίσει το γεγονός ότι το 22% μόνο των αφίξεων πραγματοποιείται στους έξι μήνες του τέταρτου και πρώτου μήνα κάθε έτους.

Έντονη είναι και η εποχικότητα της ταξιδιωτικής δαπάνης των μη κατοίκων (σύμφωνα με τον πίνακα 6). Άνω του 55% των συνολικών εισπράξεων πραγματοποιείται στο τρίμηνο Ιουλίου - Σεπτεμβρίου και το 25% στο τρίμηνο Μαρτίου - Ιουνίου. Οι εισπράξεις κατά το πρώτο τρίμηνο περιορίζονται στο 6% το 2005 (το 2000: 14,7%) και στο τέταρτο τρίμηνο στο 11,5% (το 2000: 20,8%).

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Εκατοστιαία κατανομή των ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά τρίμηνο

Τρίμ.	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1 ^ο	11,1	13,0	11,8	14,1	14,4	14,7	17,4	13,6	5,3	6,0	6,0
2 ^ο	29,1	25,3	25,5	23,1	26,2	25,3	23,7	25,8	26,0	24,2	24,3
3 ^ο	41,7	42,4	43,3	43,4	39,1	39,2	39,0	47,0	53,9	55,8	58,2
4 ^ο	18,1	19,3	19,4	19,4	20,3	20,8	19,9	13,6	14,8	14,0	11,5
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Έρευνα Συνόρων για την ταξιδιωτική δαπάνη, Οικονομικό Δελτίο.

Ήδη από πολλές πλευρές παρατηρείται ότι το έντονα εποχικό υπόδειγμα αναπτύξεως του ελληνικού τουρισμού με την εξειδίκευσή του στον παραθεριστικό τουρισμό έχει εξαντλήσει τα περιθώρια ικανοποιητικής αναπτύξεώς του. «Η εποχή που η Ελλάδα πρόσφερε μόνο ήλιο, θάλασσα και όμορφες παραλίες τους τρεις καλοκαιρινούς μήνες έχει περάσει». Η είσοδος στην τουριστική αγορά νέων χωρών της Ανατολικής Μεσογείου, της Βαλκανικής και της Βόρειας Αφρικής, οι οποίες προσφέρουν παραπλήσιο τουριστικό προϊόν με την χώρα μας σε χαμηλότερες τιμές, είναι ο βασικός λόγος που η Ελλάδα βρίσκεται αντιμέτωπη με μία αυξανόμενη υποβάθμιση της ανταγωνιστικής της θέσεως στον τομέα του καλοκαιρινού τουρισμού³.

2.3 Το φαινόμενο της εποχικότητας ειδικότερα

Εξάλλου, η έντονη εποχικότητα που αποτελεί βασικό παράγοντα που επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων. Στο βαθμό που οι ελληνικές

³ Βλ. Οικονομικό Δελτίο «ALPHA BANK 2006», Τεύχος 99 σελ. 3 – 26

επιχειρήσεις δεν έχουν κατορθώσει με τις κατάλληλες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, να επεκτείνουν την τουριστική περίοδο σε περισσότερους από 3-4 μήνες, ενώ σε άλλες χώρες αυτό έχει επιτευχθεί, οι δυνατότητες της ελληνικής επιχειρήσεως να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά τις επιχειρήσεις των ανταγωνιστριών χωρών περιορίζονται. Ως εκ τούτου, καθίσταται αναγκαία η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος της χώρας, ώστε να επιτευχθεί το βέλτιστο επίπεδο προσφερόμενης υπηρεσίας και τιμολογήσεως και σημαντική επέκταση της τουριστικής περιόδου. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας για την αναβάθμιση της ποιότητας και της ποικιλίας των παρεχόμενων υπηρεσιών περιορίζοντας την επίπτωση από τις ανταγωνιστικές τιμές των γειτονικών χωρών. Η Ελλάδα θα πρέπει να αυξήσει την συνεισφορά του τουριστικού τομέα στο ΑΕΠ, προσελκύοντας τουρίστες καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Δυνατότητες αναπτύξεως σε δωδεκάμηνη βάση υπάρχουν με στήριγμα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας: α) Ένα μεγάλο μέρος των ξενοδοχειακών και άλλων εγκαταστάσεων μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στις περιόδους εκτός της καλοκαιρινής, προσφέροντας εμπλουτισμένα με πρόσθετες υπηρεσίες τουριστικά πακέτα σε σχετικά χαμηλές τιμές. β) Υπάρχουν πολλές περιοχές της Ελλάδας οι οποίες είναι ιδανικές για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε δωδεκάμηνη βάση, όπως αναλύεται στη συνέχεια. Ο παράγοντας που περιορίζει την εκμετάλλευση αυτών των δυνατοτήτων είναι η έλλειψη της αναγκαίας επιχειρηματικότητας. Η δυνατότητα της τυπικής ελληνικής τουριστικής επιχειρήσεως, όπως λειτουργεί μέχρι σήμερα, για προσφορά ελκυστικών τουριστικών πακέτων σε όλη την διάρκεια του έτους και σε ικανοποιητικούς συνδυασμούς ποιότητας – τιμής καθώς και η κατάλληλη προβολή αυτών των πακέτων ή / και η ανάπτυξη των αναγκαίων πρωτοβουλιών και ενεργειών για αύξηση της τουριστικής ζήτησεως, είναι περιορισμένη.

Τέλος, οι ξένοι τουρίστες προέρχονται στην συντριπτική πλειοψηφία από λίγες μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες. Σύμφωνα με μελέτη της Τραπέζης της Ελλάδας το 40% των ταξιδιωτικών εισπράξεων της Ελλάδας από ξένους κατοίκους στην τριετία 2003-2005 προήλθε μόνο από την Γερμανία (21%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (19%). Ένα πρόσθετο 30% περίπου προήλθε από τις χώρες - μέλη της ΕΕ-15 (Ιταλία 7,6%, Γαλλία 5,7%, Ολλανδία 4,0%, Αυστρία 3,2%, Βέλγιο 2,6%, Σουηδία 1,8%). Από τις χώρες της

ΕΕ-15 οι ΗΠΑ συνέβαλαν κατά 6,2% το 2005, έναντι 4,5% το 2003. Υπάρχουν μεγάλα περιθώρια αυξήσεως των εισπράξεων από αυτή την πηγή, ιδιαιτέρως με την ανάπτυξη του τουρισμού και εκτός της καλοκαιρινής περιόδου. Η Ελβετία συνέβαλε με ένα ποσοστό της τάξεως του 2% το 2005, από 3,55 το 2003. Οι νέες χώρες της ΕΕ-25 μαζί με την Ρουμανία και την Βουλγαρία συνέβαλαν κατά 9,8% το 2005, από 7,5% το 2004, ενώ υπάρχουν μεγάλα περιθώρια αυξήσεως της συμβολής τους κατά τα επόμενα έτη, καθώς το επίπεδο και ο ρυθμός αναπτύξεως των οικονομιών τους αυξάνουν με γρήγορο ρυθμό. Τέλος, η Ρωσία, ο Καναδάς, η Αυστραλία, η Ιαπωνία και η Κίνα συμβάλλουν σήμερα ελάχιστα (περίπου 1% η κάθε μία) στις ταξιδιωτικές εισπράξεις της Ελλάδας, αλλά η χώρα έχει μεγάλες δυνατότητες να αυξήσει σημαντικά την προσέλκυση τουριστών από αυτές τις χώρες, καθώς και από άλλες χώρες της ΝΑ Ασίας. Γενικά, υπάρχουν μεγάλα περιθώρια διευρύνσεως της αγοράς στην προσέλκυση τουριστών στην Ελλάδα, η εκμετάλλευση των οποίων μπορεί να γίνει δυνατή με την προσφορά κατάλληλων τουριστικών πακέτων σε συνδυασμό με τις αναγκαίες διακρατικές συμφωνίες (π.χ. για την ανάπτυξη μεταφορικών διασυνδέσεων⁹ όπου αυτό είναι αναγκαίο.

2.4 Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού

Διακρίνονται στην έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού και στρατηγικής αναπτύξεως του τουρισμού. Η ουσιαστική ανυπαρξία του αναγκαίου χωροταξικού σχεδιασμού και η μεγάλη αστάθεια του ισχύοντος πλαισίου χωροθετήσεως των τουριστικών μονάδων, καθώς και η αδυναμία συστηματικής εφαρμογής, μιας καλά σχεδιασμένης στρατηγικής αναπτύξεως του τουρισμού, εμποδίζουν την ανάπτυξη στην Ελλάδα σύγχρονων τουριστικών εγκαταστάσεων από μεγάλες εξειδικευμένες επιχειρήσεις με διεθνή παρουσία και αναγνωρισιμότητα. Επίσης, οι προσπάθειες οργανώσεως της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος της χώρας από εξειδικευμένες επιχειρήσεις (οργανωμένες παραλίες, οργανωμένες μαρίνες, τουριστικά θέρετρα κ.ά.) που προωθούνται σήμερα με μεγάλη καθυστέρηση αντιμετωπίζουν αντιδράσεις. Όλοι αποδέχονται την ανάγκη επεκτάσεως της τουριστικής περιόδου, αλλά αντιδρούν ή παρεμβάλλουν εμπόδια στην δημιουργία μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων και στην οργάνωση του τουριστικού προϊόντος, που είναι οι μόνοι μηχανισμοί οι οποίοι μπορούν να αυξήσουν την προσφορά ευρείας σειράς τουριστικών υπηρεσιών και να προσελκύσουν στην Ελλάδα

επισκέπτες σε δωδεκάμηνη βάση. Για αυτό τον λόγο, οι επενδύσεις για την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού διαμορφώνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα.

Στη στήριξη της αναπτύξεως, κατά κύριο λόγο, της μικρομεσαίας τουριστικής επιχειρήσεως οικογενειακού τύπου, με ταυτόχρονη παρεμβολή εμποδίων έναντι των μεγάλων τουριστικών επενδύσεων και επιχειρήσεων. Οι τελευταίες εμποδίζονται με την προβολή του κινδύνου υποβαθμίσεως του φυσικού περιβάλλοντος ή με την παρεμβολή περίπλοκων και χρονοβόρων γραφειοκρατικών διαδικασιών. Αντίθετα, η εμμονή στην μονομερή και αυτόνομη ανάπτυξη μιας πληθώρας οικογενειακών τουριστικών μονάδων με χαμηλή ή ανύπαρκτη εξειδίκευση στο σύγχρονο επιχειρηματικό-τουριστικό τομέα, συνεπάγεται εξειδίκευση στην προσέλκυση μόνο παραθεριστών τουριστών τους καλοκαιρινούς μήνες και μάλιστα τουριστών σχετικά χαμηλής αγοραστικής δύναμης. Όπως τονίστηκε, η δυνατότητα προσφοράς από αυτές τις μονάδες τουριστικών υπηρεσιών υψηλότερης προστιθέμενης αξίας και σε περιόδους εκτός της καλοκαιρινής παραθεριστικής περιόδου είναι περιορισμένη. Η συνεχής δε ανάπτυξη νέων μονάδων αυτού του τύπου δημιουργεί συνθήκες καταστροφικού ανταγωνισμού σε πολλές περιοχές, ενώ η παντελής έλλειψη διαπραγματευτικής δύναμης τις καθιστά ευάλωτες στην εκμετάλλευσή τους από τις μεγάλες διεθνείς επιχειρήσεις διοργανώσεως ταξιδιών (tour operators).

Στη στήριξη κατά το παρελθόν της ανεγέρσεως ξενοδοχειακών μονάδων με υψηλές επενδυτικές επιχορηγήσεις, με μη ικανοποιητική διαχείριση αυτών των επιχορηγήσεων, και στο πρόβλημα της μαζικής ανεγέρσεως αυθαίρετων τουριστικών καταλυμάτων και ξενοδοχειακών μονάδων σε πολλούς ξενοδοχειακούς προορισμούς, τα οποία η πολιτεία αναγκάστηκε στη συνέχεια να νομιμοποιήσει. Οι πρακτικές άναρχης δόμησης που παρατηρούνται σε πολλές τουριστικές περιοχές, χωρίς την εξασφάλιση της αναγκαίας υποδομής, υποβαθμίζουν τις συνθήκες διαβιώσεως στις περιοχές αυτές, ιδιαίτερα κατά την περίοδο της τουριστικής αιχμής και δημιουργούν συνθήκες κακοποίησης του φυσικού περιβάλλοντος, η διαφύλαξη και η ανάπτυξη του οποίου αποτελεί προϋπόθεση για την ανάπτυξη της τουριστικής επιχειρήσεως. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η ανεξέλεγκτη δόμηση πλησίον αρχαιολογικών χώρων, καθώς και σε προστατευόμενες περιοχές, η εγκατάλειψη ή η καταστροφή σημαντικών μνημείων της νεώτερης ιστορίας μας, οι βίαιες παρεμβάσεις σε περιοχές εξαιρετικού κάλλους έστω και εάν πολλές από αυτές έχουν ενταχθεί στο

δίκτυο Νατούρα 2000, οι ελλείψεις σε χώρους υγειονομικής ταφής απορριμμάτων και γενικά η μη ικανοποιητική διαχείριση των απορριμμάτων σε πολλές τουριστικές περιοχές, οι ελλείψεις σε οδικούς άξονες και σε χώρους σταθμεύσεως μέσα στις πόλεις, κ.ά. Η αξία των ελληνικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων (του φυσικού περιβάλλοντος και των ιστορικών μνημείων) είναι πράγματι πολύ μεγάλη και μπορεί να αυξάνει με την πάροδο του χρόνου, υπό την προϋπόθεση, όμως, ότι ο τρόπος εκμεταλλεύσεώς τους δεν τα βλάπτει και δεν τα καταστρέφει. Αυτή η προϋπόθεση δεν φαίνεται να εξασφαλίζεται πάντοτε, αφού η ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιείται με τρόπο που σε πολλές περιπτώσεις οδηγεί σε ουσιαστική απαξίωση του περιβάλλοντος και σε περιορισμό της δυνατότητας περαιτέρω αναπτύξεως.

Στην τάση των τουριστικών επιχειρήσεων να μεταθέτουν την κύρια ευθύνη για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο κράτος. Στη Ελλάδα η επιχειρηματική λειτουργία φαίνεται να περιορίζεται στην ανέγερση των τουριστικών εγκαταστάσεων (συνήθως με κρατική επιχορήγηση), ενώ η πολιτική προσελκύσεως τουριστών φαίνεται να θεωρείται από πολλές πλευρές ως κρατική αρμοδιότητα. Έτσι το κράτος θεωρήθηκε ως ο κύριος υπεύθυνος για την μη ικανοποιητική ανάπτυξη του τουρισμού στη δεκαετία του 2000, παρά το γεγονός ότι κατά την περίοδο αυτή πραγματοποίησε ένα τεράστιο όγκο επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές και διοργάνωσε τους πιο επιτυχείς ολυμπιακούς Αγώνες με τεράστια προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό. Την επένδυση και την προβολή αυτή δεν την εκμεταλλεύτηκαν οι επιχειρήσεις του κλάδου κατά το ολυμπιακό έτος 2004 λόγω, προφανώς, επιχειρηματικών αστοχιών. Αντίθετα, προσάρμοσαν την πολιτική τους το 2005-2006 με ικανοποιητικά αποτελέσματα. Σε κάθε περίπτωση, η απόφαση της επιχειρήσεως για δραστηριοποίηση στον τομέα του τουρισμού συμπεριλαμβάνει και την υποχρέωση προσελκύσεως πελατών και εξασφάλισεως της βιωσιμότητας και της αναπτυξιακής της δυναμικής. Η συνδρομή του κράτους σε αυτή την διαδικασία είναι μεν αναγκαία (αφού ο τουρισμός είναι προϊόν με εθνική σημασία και σε πολλές περιπτώσεις απαιτούνται διακρατικές συμφωνίες και άλλες διευκολύνσεις), αλλά δεν μπορεί να υπεισέρχεται στην προσέλκυση πελατών σε επίπεδο επιχειρήσεως.

Συμπερασματικά, η σχετική περιορισμένη παρουσία της σύγχρονης επιχειρηματικότητας στον ελληνικό τουρισμό στέρησε στη χώρα την δυνατότητα να δημιουργήσει έγκαιρα τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη όχι μόνο του εποχιακού

καλοκαιρινού τουρισμού αλλά και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, τις οποίες έχει κάθε δυνατότητα να αναπτύξει. Αυτές οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορεί να δώσουν τη δυνατότητα στην Ελλάδα να επεκτείνει ουσιαστικά την τουριστική περίοδο και να αυξήσει την αποδοτικότητα των τουριστικών της εκμεταλλεύσεων.

Στις μη ικανοποιητικές εξελίξεις στο γενικότερο ανταγωνιστικό πλαίσιο της ελληνικής οικονομίας. Στην Ελλάδα η σημασία που δίδεται στην ανταγωνιστικότητα των κλάδων που παράγουν διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα (αγαθά και υπηρεσίες) είναι παραδοσιακά περιορισμένη. Παρά την συνεχή αναφορά στη σπουδαιότητα της ανταγωνιστικότητας, στην πραγματικότητα οι προτεραιότητες της οικονομικής πολιτικής την θέτουν σε δεύτερη μοίρα. Η ανταγωνιστικότητα του γενικότερου οικονομικού περιβάλλοντος, στο πλαίσιο του οποίου αναπτύσσεται η δραστηριότητα των κλάδων της οικονομίας που είναι εκτεθειμένοι στο διεθνή ανταγωνισμό, προσδιορίζεται από:

- α) την εξέλιξη του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες,
- β) την οικονομική και κοινωνική υποδομή και
- γ) την οικονομική πολιτική και το θεσμικό και οργανωτικό πλαίσιο λειτουργίας της οικονομίας.

Όσον αφορά τους παράγοντες (β) και (γ), τα τελευταία έτη έχει υπάρξει σημαντική βελτίωση που συμβάλλει στην ανάπτυξη του τουρισμού. Όμως, η ανταγωνιστικότητα της οικονομίας με βάση το κόστος εργασίας χειροτερεύει και αυτό έχει αρνητικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του τουρισμού.

Τα ανωτέρω διαρθρωτικά χαρακτηριστικά συμβάλλουν στο σχετικά χαμηλό βαθμό ανάπτυξεως στην Ελλάδα των ειδικών μορφών εναλλακτικού τουρισμού και επομένως στην έντονη εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού. Το συμπέρασμα αυτό είναι γενικά αποδεκτό παρά το γεγονός ότι δεν υπάρχουν ακόμα επίσημα στοιχεία στην Ελλάδα για ταξιδιωτικές εισπράξεις από εναλλακτικές μορφές τουρισμού⁴.

⁴ Βλ. Οικονομικό Δελτίο «ALPHA BANK 2006», Τεύχος 99, σελ. 27 – 56

ΜΕΡΟΣ Β΄

Κεφάλαιο 1

Επιλογή Θέσης Εγκατάστασης μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας

1.1 Το ξενοδοχείο (Οργάνωση και Λειτουργία)

Η επιλογή της θέσης εγκατάστασης του ξενοδοχειακού καταλύματος έγινε με κύριο σκοπό την επίτευξη της αναγνωρισιμότητας από τους πολίτες και τους επισκέπτες. Όπως επίσης και την εδραίωση της επιχείρησης στην τοπική τουριστική αγορά αποσκοπώντας βέβαια στα μέγιστα δυνατά κέρδη που να μπορεί να αποφέρει μία τέτοια επένδυση, εφόσον βέβαια προσφέρει και τις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που απαιτούνται για ένα Α' κατηγορίας τουριστικό κατάλυμα..

Σύμφωνα με την απόφαση των δύο μετόχων της επιχείρησης επιλέξαμε το νησί της Ρόδου και πιο συγκεκριμένα το κέντρο της πόλης και τόπο συνάντησης όλων των επισκεπτών, 15 χλμ από το αεροδρόμιο «Διαγόρας» και 15 χλμ από το γκόλφ Αφάντου. Ο λόγος επιλογής της συγκεκριμένης περιοχής είναι η άριστα διοργανωμένη δομή της περιοχής με κτίρια αλλά και με πολλούς τρόπους πρόσβασης στην περιοχή.

Σύμφωνα με την αρχιτεκτονική του ξενοδοχείου μας θα αποτελείται από 1 κτίριο. Όπου υπάρχει ρεσεψιόν, οι χώροι διαμονής, εστίασης, υποδοχής, διασκέδασης, αναψυχής, γραφείων της Διοίκησης καθώς το μέγεθος και οι τεχνικές εγκαταστάσεις

μας δίνουν την δυνατότητα να υπολογίζουμε στην παροχή 300 δωματίων από τα οποία τα 20 είναι Junior Suites και τα 10 Suites.

Σε επόμενα μέρη θα αναπτυχθεί εκτενέστερα η τοποθεσία και οι κτιριακές εγκαταστάσεις με την παρουσίαση του σχεδίου του ξενοδοχείου.

1.2 Τυπικές / Νομικές προϋποθέσεις

Για την υποβολή της μελέτης ανέγερσης ξενοδοχειακού καταλύματος στην πολεοδομική υπηρεσία, επιβάλλεται μόνο η προηγούμενη έγκριση από τον ΕΟΤ της αρχιτεκτονικής μελέτης του κτιρίου της τουριστικής εγκατάστασης ως προς το σύμφωνό της με τις προδιαγραφές του ΕΟΤ. Δεδομένου όμως ότι σε άλλο άρθρο του παραπέμπει στην απόφαση του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ, η οποία προβλέπει και καθορίζει τις προϋποθέσεις έγκρισης και καταλληλότητας του οικοπέδου.

Τα στάδια λοιπόν που θα εξετάσουμε είναι τα εξής:

1. την έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου με προηγούμενη χωροθέτηση
2. την έγκριση της αρχιτεκτονικής μελέτης, εξετάζοντας τις βασικές προδιαγραφές που καθορίζονται από την απόφαση για κάθε μια μορφή των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων και
3. την χορήγηση καθαυτή του σήματος λειτουργίας.

1.3 Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου

Σύμφωνα με την απόφαση του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ για τις τεχνικές προδιαγραφές και όσα σ' αυτή προβλέπονται, αποδέχεται αυτόματα την αυτονότητα ανάγκη ύπαρξης της σχετικής καταλληλότητας του οικοπέδου ή γηπέδου, στο οποίο πρόκειται να ανεγερθεί ξενοδοχειακό κατάλυμα. Θα μελετήσουμε λοιπόν την απαίτηση της παραπάνω απόφασης για την έγκριση της καταλληλότητας οικοπέδου ή γηπέδου, για την ανέγερση ξενοδοχειακού καταλύματος. Σημαντικό ρόλο για τη χορήγηση της έγκρισης αυτής παίζει τόσο η θέση στην οποία βρίσκεται το οικόπεδο, π.χ. από την άποψη του περιβάλλοντος, όσο και ορισμένα στοιχεία του, π.χ. εάν ανήκει σε έναν ή περισσότερους ιδιοκτήτες στην προκειμένη περίπτωση υπάρχουν δύο ιδιοκτήτες. Μια επιπρόσθετη απαίτηση είναι αν επιθυμούμε να αναγείρουμε το ξενοδοχείο εντός ή εκτός σχεδίου, όπου εδώ είναι η πρώτη περίπτωση δηλαδή εντός.

Για την έγκριση καταλληλότητας του εντός σχεδίου οικοπέδου μας θα χρησιμοποιηθούν τα παρακάτω κριτήρια και απαιτούνται τα δικαιολογητικά που θα αναφέρουμε στη συνέχεια⁵.

1.4 Κριτήρια

1.4.1 Κριτήρια θέσης οικοπέδου

Η θέση του οικοπέδου όπου πρόκειται να δημιουργηθεί το ξενοδοχείο, ανάλογα με την τάξη και τον προορισμό του, θα πρέπει να παρουσιάζει ενδιαφέρον από άποψη φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος. Θα πρέπει επίσης να είναι εύκολα προσπελάσιμο από τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Ακόμη να μην επιβαρύνεται από οχλούσες εγκαταστάσεις και πηγές ηχητικής και περιβαλλοντικής ρύπανσης.

Επιπλέον η δημιουργία του ξενοδοχείου δεν θα πρέπει να δημιουργεί προβλήματα στις χρήσεις που ήδη υφίστανται στην περιοχή.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη όλα τα παραπάνω παρατηρούμε ότι το παρόν οικόπεδο: βρίσκεται σε ένα άριστα φυσικά δομημένο περιβάλλον, με εύκολη πρόσβαση σε κάθε μέσο μεταφοράς και συγκοινωνίας, χωρίς να επιβαρύνεται από διάφορες εγκαταστάσεις και ρυπάνσεις και σίγουρα χωρίς να δημιουργεί προβλήματα στην περιοχή.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι η καταλληλότητα της θέσης ελέγχεται από τον ΕΟΤ ανάλογα με την κατηγορία της τουριστικής εγκατάστασης, την τάξη και τον ειδικό κατά περίπτωση προορισμό της⁶.

1.4.2 Στοιχεία οικοπέδου - Ενιαίο οικόπεδο

Για ανέγερση ξενοδοχείου η έκταση του οικοπέδου πρέπει να είναι ενιαία και να ανήκει σε έναν ή περισσότερους ιδιοκτήτες εξ αδιαίρετου (που το σύνολο δηλαδή των ποσοστών ιδιοκτησίας να καλύπτει το 100% του οικοπέδου) ή σε νομικό πρόσωπο ή σε Δήμο ή σε Κοινότητα.

Όλες οι εγκρίσεις καταλληλότητας και σχεδίων για τα ξενοδοχεία, αλλά και για κάθε είδους τουριστική εγκατάσταση εκδίδονται μόνο στο όνομα του ιδιοκτήτη του οικοπέδου και σε καμία περίπτωση στο όνομα μισθωτή.

⁵ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 62 – 63

⁶ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 63

1.4.3 Έκταση οικοπέδου

Για ανέγερση ξενοδοχείου, το οικόπεδο πρέπει να είναι, όπως είναι φυσικό, άρτιο και οικοδομήσιμο.

Το μέγεθος του να είναι τέτοιο ώστε να μπορεί να δημιουργηθεί σ' αυτό η μονάδα των δωματίων που επιθυμούμε, σε εφαρμογή των όρων δόμησης και των προδιαγραφών του ΕΟΤ.

Επιπλέον, για το ξενοδοχείο μας, που θα είναι Α' τάξης, απαιτείται εξασφαλισμένη απόσταση ελεύθερης θέας τουλάχιστον 6 μέτρων για τους χώρους κύριας χρήσης και τα υπνοδωμάτια των πελατών.

Επειδή το ξενοδοχείο μας είναι Α' τάξης, πολυτελείας και δυναμικότητας 300 κλινών, θα πρέπει να προβλέπεται στο ισόγειο υποχώρηση, για τη δημιουργία διαπλάτυνσης – στάσης των τουριστικών λεωφορείων και άλλων αυτοκινήτων χωρίς να προβλέπεται χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων πελατών (ανοικτός).

1.5 Υποδομή

1. *Προσπέλαση.* Η προσπέλαση στο ξενοδοχείο πρέπει να γίνεται από κοινόχρηστο αναγνωρισμένο δρόμο, καλής βατότητας σ' όλες τις καιρικές συνθήκες.
2. *Υδρευση.* Θα πρέπει να υπάρχει δυνατότητα παροχής νερού για όλο το 24ωρο σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα.
3. Πρέπει να υπάρχει δυνατότητα άμεσης σύνδεσης με τα υφιστάμενα ηλεκτρικά και τηλεφωνικά δίκτυα της περιοχής.
4. *Αποχέτευση.* Το οικόπεδο πρέπει να έχει δυνατότητα σύνδεσης με το αποχετευτικό δίκτυο της περιοχής, εφόσον υπάρχει. Σε αντίθετη περίπτωση η διάθεση των λυμάτων γίνεται με σηπτικούς ή απορροφητικούς βόθρους. Σε περιοχές ιαματικών πηγών είναι απαραίτητη η κατασκευή στεγανού βόθρου. Η έγκριση του χορηγείται από τον ΕΟΤ ταυτόχρονα με την έγκριση της αρχιτεκτονικής μελέτης.
5. Τηλεφωνική σύνδεση.

6. Περιγραφή παραλίας⁷.

1.6 Δικαιολογητικά - Για νεοαναγειρόμενο ξενοδοχείο

Όσοι ενδιαφέρονται για χορήγηση έγκρισης καταλληλότητας οικοπέδου για δημιουργία οικοπέδου θα πρέπει να υποβάλλουν σχετική αίτηση στον ΕΟΤ, που να περιέχει όλα τα στοιχεία των ιδιοκτητών του οικοπέδου. Η αίτηση αυτή θα πρέπει να συνοδεύεται από τα παρακάτω δικαιολογητικά:

1. Γενικό τοπογραφικό της ευρύτερης περιοχής στο οποίο να φαίνεται η θέση του οικοπέδου σημειωμένη με κόκκινο μελάνι και ο συσχετισμός του με δημόσιους χώρους π.χ. εκκλησία ή πλατεία. Επίσης ο δρόμος προσπέλασης και το πλάτος του, καθώς και η ακτή αν πρόκειται για παραθαλάσσιο οικόπεδο.
2. Τοπογραφικό διάγραμμα σε δύο αντίτυπα με τις διαστάσεις του οικοπέδου, το εμβαδόν του και τον καθορισμό των ορίων με αναγραφή στις γωνίες των κεφαλαίων γραμμάτων (Α, Β, Γ' κ.λπ.). Επίσης πρέπει να ορίζεται ο προσανατολισμός του οικοπέδου και ο δρόμος προσπέλασης, του οποίου ο χαρακτηρισμός, το πλάτος και η κατάσταση βατότητας πρέπει να βεβαιώνεται από το δήμαρχο ή τον πρόεδρο κοινότητας ή το αρμόδιο πολεοδομικό γραφείο.
Στο τοπογραφικό πρέπει να σημειώνονται στοιχεία, όπως υψομετρικές καμπύλες, υψόμετρα του δρόμου κ.λπ. Ακόμη να αναγράφονται ο τίτλος ιδιοκτησίας και οι πρόσφατοι όροι δόμησης και γενικά να περιέχεται ένας μεγάλος αριθμός από διάφορα στοιχεία.
3. Τουλάχιστον τρεις φωτογραφίες ολόκληρου του οικοπέδου όπου και πάλι θα πρέπει να φαίνεται ο δρόμος προσπέλασης και να έχει σημειωθεί το περίγραμμα του οικοπέδου με κόκκινο μελάνι. Εάν το οικόπεδο είναι παραθαλάσσιο πρέπει υποχρεωτικά να υπάρχει φωτογραφία της παραλίας όπου εφάπτεται το οικόπεδο.

⁷ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 63 – 65

4. Υπεύθυνη δήλωση αυτού που κάνει την αίτηση σε ειδικό έντυπο ότι είναι ιδιοκτήτης του οικοπέδου, που ορίζεται με τον τρόπο που είπαμε στο τοπογραφικό διάγραμμα.

Θα πρέπει επίσης να δηλώνεται ότι το οικόπεδο αποτελεί ενιαία έκταση που δεσμεύεται στο σύνολο της για τη δημιουργία του ξενοδοχείου. Υπάρχει βέβαια η δυνατότητα να αποδεσμευτεί μελλοντικά τμήμα του οικοπέδου ή της έκτασης.

5. Τεχνική έκθεση σε δύο αντίτυπα που θα περιλαμβάνουν:

α) Τη θέση του οικοπέδου με όλα τα σχετικά προσδιοριστικά στοιχεία.

β) Την έκταση του οικοπέδου σε τετραγωνικά μέτρα.

γ) Έκθεση υπάρχουσας υποδομής. Τα στοιχεία που περιλαμβάνει αυτή η έκθεση είναι:

γ1. Η προσπέλαση. Πρέπει να αναφέρεται ο δρόμος προσπέλασης, ο χαρακτηρισμός του (εθνικός) και το πλάτος του. Επίσης η κατάσταση του οδοστρώματος και τυχόν προγραμματισμός κατασκευής ή βελτίωσης νέου δρόμου και από ποιους φορείς.

γ2. Η δυνατότητα ηλεκτροδότησης. Είναι υποχρεωτικό να αναφέρεται, εάν υπάρχει, διερχόμενο ηλεκτρικό δίκτυο χαμηλής τάσης ή σε ποια απόσταση βρίσκεται ο πλησιέστερος υποσταθμός της ΔΕΗ. Εάν δεν υπάρχουν οι προϋποθέσεις αυτές, αυτό που αναφέρεται είναι ο τρόπος με τον οποίο προβλέπεται να ηλεκτροδοτηθεί η μονάδα.

γ3. Η δυνατότητα ύδρευσης. Πρέπει να αναφέρεται η δυνατότητα ύδρευσης της μονάδας ιδίως με πόσιμο νερό αρκετό για τις ανάγκες της. Αν δε δεν υπάρχουν επιτόπιες προϋποθέσεις, με ποιο τρόπο προβλέπεται να αντιμετωπισθεί αυτό το θέμα. Και

στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να εξηγείται το πώς θα λυθεί το πρόβλημα αν η μονάδα δεν θα υδρεύεται από το δίκτυο της πόλης ή της κοινότητας ή αν το νερό δεν είναι αρκετό για όλο το εικοσιτετράωρο. Όπως στην προηγούμενη περίπτωση πρέπει να σημειώνεται η διαθέσιμη ηλεκτρική ισχύς. Εδώ θα πρέπει να γίνει το ίδιο όσον αφορά τη διαθέσιμη ημερήσια ηλεκτρική ισχύς. Εδώ θα πρέπει να γίνει το ίδιο όσον αφορά τη διαθέσιμη ημερήσια ποσότητα νερού.

γ4.Τις υπάρχουσες δυνατότητες τηλεφωνικής σύνδεσης. Αν δεν υπάρχουν πρέπει να εξηγείται ο τρόπος με τον οποίο προβλέπεται να αντιμετωπισθεί το θέμα αυτό.

γ5.Την περιγραφή της παραλίας. Πρέπει να αναφέρονται η απόσταση του οικοπέδου από την ακτή και ο τρόπος προσπέλασης. Επίσης το εάν παρεμβάλλεται ή όχι ξένη ιδιοκτησία μεταξύ αυτού και της παραλίας, καθώς και το πλάτος και η μορφή της παραλίας (αμμώδης, βραχώδης, μικτή κ.λπ.).

δ) Περιγραφή ευρύτερου περιβάλλοντος.

ε) Σύντομη περιγραφή της μονάδας και της σκοπιμότητας ίδρυσης της σύμφωνα με τα κριτήρια που καθορίζει η Υπουργική Απόφαση.

στ) Για τις περιπτώσεις που η προβλεπόμενη μονάδα θα υπερβαίνει τη δυναμικότητα των τριακοσίων κλινών σε σχέδιο πόλης ή των εκατό κλινών σε οικισμούς, πρέπει να προσκομίζεται εκτός από τα άλλα και τεχνική έκθεση που θα αναφέρεται:

- στην ένταξη των κατασκευών στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον

- στην βιωσιμότητα της μονάδας
 - στην αρχιτεκτονική διαμόρφωση του έργου
 - στην οικολογία της περιοχής
 - στην υποδομή της περιοχής
6. Λοιπές βεβαιώσεις και έγγραφα από συναρμόδιους φορείς που πρέπει να υποβληθούν είναι:
- α) Βεβαίωση της αρμόδιας υπηρεσίας για τον τρόπο ύδρευσης της μονάδας και συγκεκριμένα:
 - α1. Εφόσον υδρεύεται από το δίκτυο της πόλης ή του οικισμού, ότι υπάρχει δυνατότητα παροχής λίτρων νερού την ημέρα, όσα προβλέπονται στο κεφάλαιο των προδιαγραφών για την κατηγορία της μονάδας.
 - α2. Εφόσον η ύδρευση γίνεται από γεώτρηση πρέπει να προσκομίζεται βεβαίωση για την καταλληλότητα του νερού από το χημείο του Κράτους.
7. Γραμμάτιο κατάθεσης στο ταμείο του ΕΟΤ ή στην Τράπεζα Ελλάδος σε πίστωση του λογαριασμού του ΕΟΤ παράβολου του αντίστοιχου προβλεπόμενου ποσού βάσει της απόφασης του Γ.Γ. του ΕΟΤ⁸.

1.7 Έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης - Διαδικασία

Για την ανέγερση, μετατροπή ή επέκταση ξενοδοχείου, τουριστικού καταλύματος ή και κάθε άλλης τουριστικής επιχείρησης, απαιτείται πριν από την υποβολή της μελέτης στην πολεοδομική υπηρεσία, προηγούμενη έγκριση από τον Ε.Ο.Τ. της αρχιτεκτονικής μελέτης του κτιρίου της τουριστικής εγκατάστασης, μόνον όμως προς το σύμφωνο αυτής με τις προδιαγραφές του Ε.Ο.Τ. όπως ισχύουν κάθε φορά. Οι διαδικασίες ελέγχου ολοκληρώνονται μέσα σε τρεις μήνες από την υποβολή της αίτησης και του πλήρους φακέλου δικαιολογητικών. Σε περίπτωση παρέλευσης άπρακτου του χρόνου των τριών μηνών ο πλήρης φάκελος παραπέμπεται σε τριμελή επιτροπή που αποτελείται από το Γενικό Γραμματέα του Ε.Ο.Τ., το Διευθυντή Εφαρμογής

⁸ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 65 – 68

Προγραμμάτων και το Διευθυντή Εγκαταστάσεων του Ε.Ο.Τ., η οποία αποφασίζει μέσα σε 15 ημέρες για τη χορήγηση της έγκρισης. Αίτηση, η οποία δεν συνοδεύεται από τα απαιτούμενα δικαιολογητικά, θεωρείται απαράδεκτη.

1.8 Δικαιολογητικά

Για τη χορήγηση των εγκρίσεων των αρχιτεκτονικών μελετών τουριστικών καταλυμάτων υποβάλλονται στον Ε.Ο.Τ. τα παρακάτω:

- α) Αίτηση.
- β) Τοπογραφικά διαγράμματα, αρχιτεκτονικά σχέδια και λοιπά δικαιολογητικά όπως αυτά ορίζονται και περιγράφονται στις τεχνικές προδιαγραφές του ΕΟΤ.
- γ) Παράβολο υπέρ του ΕΟΤ όπως ορίζεται κάθε φορά με απόφαση του Ε.Ο.Τ.
- δ) Αντίγραφο τραπεζικής κατάθεσης της νόμιμης αμοιβής του συντάκτη διπλωματούχου μηχανικού.
- ε) Προέγκριση χωροθέτησης από το ΥΠΕΧΩΔΕ, όπως απαιτείται.
- στ) Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (Μ.Π.Ε.) όπου απαιτείται.

Πέρα από αυτά είναι δυνατόν να ζητηθεί η προσκόμιση πρόσθετων δικαιολογητικών, λόγω της θέσης ή της φύσης της εγκατάστασης, τα οποία μπορεί να προβλέπονται από άλλες διατάξεις⁹.

1.9 Αρχές αρχιτεκτονικής μελέτης

Κύριο χαρακτηριστικό της μελέτης τουριστικής εγκατάστασης στα ξενοδοχεία κλασικού τύπου είναι η ενδιαφέρουσα και άρτια αρχιτεκτονική σύνθεση, που θα λαμβάνει υπόψη τις ακόλουθες αρχές:

1.10 Λειτουργία

Η οργάνωση του κτιρίου πρέπει να είναι ορθολογική με στόχο την αποτελεσματικότητα και πρακτικότητα στη λειτουργία της μονάδας. Επίσης να υπάρχει ομαδοποίηση συναφών λειτουργιών και να αποφεύγεται η διασταύρωση κυκλοφορίας δύο διαφορετικών λειτουργιών. Να προβλέπεται λειτουργικά σωστή σχέση των υπαίθριων και ημιυπαίθριων χώρων με τους αντίστοιχους κλειστούς.

⁹ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 79 – 80

Τέλος, να προβλέπεται στην αρχιτεκτονική μελέτη ορθολογική οργάνωση του υπαίθριου περιβάλλοντος χώρου με τους ίδιους στόχους σύνθεσης που αφορούν στην οργάνωση του κτιρίου.

Όσον αφορά τη μορφολογία, η αρχιτεκτονική σύνθεση της τουριστικής εγκατάστασης πρέπει να λαμβάνει υπόψη:

1. Το ευρύτερο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.
2. Τη μορφολογία του εδάφους του οικοπέδου.
3. τις τοπικές κλιματολογικές συνθήκες και τον αρχιτεκτονικό χαρακτήρα της περιοχής.

1.11 Ειδικές απαιτήσεις

Για τα υπνοδωμάτια και τους χώρους κύριας χρήσης πελατών απαιτείται εξασφαλισμένη απόσταση ελεύθερης θέας τους έξι μέτρων.

Σε περίπτωση που το άνοιγμα του χώρου κύριας χρήσης βρίσκεται σε δρόμο με πλάτος μικρότερο από έξι μέτρα, η απαιτούμενη ελεύθερη θέα πρέπει να εξασφαλίζεται με ανάλογη υποχρέωση της οικοδομής ή τμήματός της.

Εκτός από τα παραπάνω, η απόφαση προβλέπει, όπως είναι φυσικό, ότι θα πρέπει να ακολουθούνται οι ελληνικοί κανονισμοί, όσον αφορά τους υπολογισμούς και την σχεδίαση των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων. Ορισμένοι από τους κανονισμούς αυτούς αναφέρονται ενδεικτικά στην απόφαση. Δεν θα υπεισέλθουμε όμως σ' αυτούς διότι αποτελούν στοιχεία τελείως εξειδικευμένα¹⁰.

1.12 Προδιαγραφές καταλυμάτων - Έννοια

Στην συνέχεια θα μελετήσουμε ορισμένα βασικά σημεία των τεχνικών προδιαγραφών των μορφών των ξενοδοχείων κλασσικού τύπου.

Τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου ή τυπικά ξενοδοχεία, όπως επίσης αναφέρονται στην απόφαση του γενικού γραμματέα του ΕΟΤ με την οποία καθορίζονται οι τεχνικές προδιαγραφές των τουριστικών εγκαταστάσεων αποτελούν την πιο συνηθισμένη μορφή ξενοδοχειακής εγκατάστασης. Περιλαμβάνουν όπως και οι υπόλοιπες μορφές ξενοδοχείων ρεσεψιόν, διοίκηση, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης, αναψυχής πελατών και χώρους διανυκτέρευσης. Επιπλέον παρέχουν

¹⁰ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 80 – 81

εξυπηρετήσεις (service). Τα τυπικά ξενοδοχεία μπορούν να λειτουργούν σε έξι κατηγορίες: πολυτελείας (AA), A, B, Γ, Δ και E. Το ξενοδοχειακό κατάλυμα που θα προσπαθήσουμε να μελετήσουμε είναι πολυτελείας (AA).

1.13 Τεχνικές Προδιαγραφές

Καταρχήν θα πρέπει η μελέτη της εγκατάστασης να έχει ως χαρακτηριστικό την ενδιαφέρουσα αρχιτεκτονική σύνθεση, η οποία θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της μια σειρά αρχών, όσον αφορά τόσο την λειτουργία όσο και την μορφολογία.

Παράδειγμα των αρχών που αφορούν την λειτουργία και τις οποίες ήδη αναφέραμε παραπάνω, είναι η ορθολογική οργάνωση του χώρου, ώστε να επιτυγχάνεται αποτελεσματικότητα και πρακτικότητα στην λειτουργία της μονάδας.

Όσον αφορά την μορφολογία, μεταξύ των ποιοτικών κριτηρίων που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη είναι το ευρύτερο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.

Αφετέρου οι επί μέρους προδιαγραφές είναι τόσο λεπτομερειακές που δεν υπάρχει δυνατότητα να τις καλύψουμε διεξοδικά. Ενδεικτικά θα αναφερθούμε σε αυτές σε γενικές γραμμές.

Οι τεχνικές προδιαγραφές αφορούν τους παρακάτω χώρους ξενοδοχείων:

- α) χώρους προσέλευσης
- β) χώρους μέσα από τους οποίους εξασφαλίζεται η κυκλοφορία των ατόμων
- γ) χώρους υποδοχής
- δ) αίθουσα πολλαπλών χρήσεων
- ε) χώρους εστίασης
- στ) υπνοδωμάτια
- ζ) χώρους υγιεινής υπνοδωματίων
- η) βοηθητικούς χώρους ορόφων
- θ) συγκρότημα βοηθητικών χώρων και
- ι) χώρους προσωπικού

Όσον αφορά τους χώρους προσέλευσης, επιβάλλεται η ύπαρξη ανεμοφράκτη εφόσον ο χώρος κλιματίζεται, ή αν αυτό επιβάλλεται από κλιματολογικές συνθήκες, χώρος εισόδου- υποδοχής (lobby), ρεσεψιόν, χώρος αποθήκευσης αποσκευών κοντά στην ρεσεψιόν, θυρίδες φύλαξης τιμαλφών (θα υπάρχουν ηλεκτρονικά safe σε όλα τα

δωμάτια), τηλεφωνικό κέντρο, γραφεία και W.C πελατών (με πρόβλεψη για άτομα με ειδικές ανάγκες).

Οι χώροι κυκλοφορίας περιλαμβάνουν κύρια κλίμακα με πλατύσκαλο ή στρογγυλή με φανάρι, τουλάχιστον 0,60 μέτρα από το χώρο εισόδου και υποδοχής (lobby) προς τους ορόφους με φυσικό φωτισμό και αερισμό και κλίμακα κινδύνου, εφόσον υπάρχουν δωμάτια σε οριζόντια απόσταση καταρχήν πάνω από 30 μέτρα. Πρέπει επίσης να περιλαμβάνουν ανελκυστήρα πελατών και διάδρομο κυκλοφορίας στους κύριους χώρους. Τέλος, πρέπει να υπάρχουν ράμπες ανόδου από την στάθμη του δρόμου μέχρι την α' στάση του ανελκυστήρα και μέχρι τους χώρους αναψυχής, εστίασης και γενικά συνάθροισης του κοινού.

Οι χώροι υποδοχής μπορεί να είναι αναμονή, σαλόνι- bar και χώρος τηλεόρασης. Όσο περισσότερα είναι τα δωμάτια, τόσο μεγαλύτερες είναι οι διαστάσεις των χώρων αυτών (πάντα βέβαια σε συνάρτηση με την τάξη του ξενοδοχείου).

Όσον αφορά την αίθουσα πολλαπλών χρήσεων πρόκειται για μια ή περισσότερες αίθουσες υποχρεωτικές μόνο για τα ξενοδοχεία πολυτελείας που προορίζονται για εκδηλώσεις όπως συνέδρια, διαλέξεις, συνεστιάσεις, χώρους, δεξιώσεις κ.λ.π. οι αίθουσες μπορούν να χρησιμοποιηθούν και από άτομα που δεν διαμένουν στο ξενοδοχείο. Πρέπει να βρίσκονται σε άμεση σχέση με το lobby ή να έχουν την δική τους ανεξάρτητη είσοδο. Κοντά στην αίθουσα πρέπει να υπάρχει βοηθητικός χώρος όπου να φυλάσσεται ο εξοπλισμός για την κάθε είδους περίπτωση. Εφόσον προβλεφθεί να κλιματίζονται οι αίθουσες, είναι σκόπιμο να υπάρχει δυνατότητα εγκατάστασης θαλάμου με μηχανήματα προβολής στην κατάλληλη θέση.

Οι χώροι εστίασης περιλαμβάνουν αίθουσα πρωινού, με Room Service για τα πολυτελείας και Α' τάξης ξενοδοχεία., αίθουσα πολλαπλών γευμάτων (Calypso Snack Bar, Restaurant Thalassa a la carte), αίθουσα εστιατορίου κλασσικού τύπου (Symposium Restaurant) εστίασης ή μπουφέ, παρασκευαστήριο πρωινού, ζεστών και κρύων εδεσμάτων, γλυκών, διαφορετικά ψυγεία για όλα τα εδέσματα και αποθήκες κουζίνας.

Για τα υπνοδωμάτια προβλέπει ακριβώς τι πρέπει να περιέχουν όπως και ποιες πρέπει να είναι οι διατάξεις τους ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου. Πρόβλεψη για άτομα με ειδικές ανάγκες πρέπει να γίνεται σε όλες τις περιπτώσεις.

Καθορίζεται επίσης, τι πρέπει να περιέχουν οι χώροι υγιεινής υπνοδωματίων, όπως επίσης και οι κοινόχρηστοι χώροι υγιεινής.

Όσον αφορά τους βοηθητικούς χώρους ορόφου, έχουμε τον χώρο καθαρισμού, την λινόθήκη, την θέση που τοποθετούνται τα καρότσια, τον χώρο κατακόρυφης επικοινωνίας των βοηθητικών χώρων των ορόφων με τα βοηθητικά του ξενοδοχείου και τον ανελκυστήρα υπηρεσίας. Στο συγκρότημα βοηθητικών χώρων συμπεριλαμβάνονται οι χώροι προσωπικού δηλαδή οι χώροι υγιεινής, κοιτώνες και εστιατόριο προσωπικού και η είσοδος υπηρεσίας για τους βοηθητικούς χώρους.

Στα ξενοδοχεία υπάρχουν και διάφορες άλλες λειτουργίες, ορισμένες από τις οποίες είναι υποχρεωτικές κυρίως για τα ξενοδοχεία πολυτελείας και Α' τάξης. Πρόκειται για το γυμναστήριο (πλήρες με σάουνα), Spa, κλειστή πισίνα, παιδική πισίνα, bar (Mythos Bar - κοντά στο Lobby), παιδική χαρά, υπαίθριο θέατρο, ναυταθλητισμό (windsurfing, ιστιοπλοΐα), εστιατόριο επιπλέον των υποχρεωτικών χώρων εστίασης (Thalassic Restaurant a la carte) και βέβαια χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων.

Επιπλέον πρέπει να υπάρχουν ορισμένα καταστήματα και εξυπηρετήσεις υποχρεωτικά για τις τρεις πρώτες κατηγορίες. Πρόκειται για κουρείο- κομμωτήριο, καταστήματα τουριστικών ειδών και άλλα παρόμοια που δεν συμπεριλαμβάνονται στα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, γραφεία ταξιδιών, υπηρεσία εφημερίδων και περιοδικών, υπηρεσία για πλύσιμο και καθαρισμό ρούχων πελατών και υπηρεσία συναλλάγματος (ανταλλαγής). Επιπλέον, προβλέπεται η προαιρετική ύπαρξη μόνο για τα ξενοδοχεία κατηγορίας πολυτελείας και Α' τάξης, mini markets δηλαδή μικρών αμιγών ή μικτών καταστημάτων τροφίμων για την εξυπηρέτηση των πελατών. Τέλος, πρέπει να υπάρχει ηχομόνωση των δωματίων και κλιματισμός¹¹.

1.14 Χορήγηση σήματος λειτουργίας

Όπως γνωρίζουμε, η φράση *condition sine qua non* της έναρξης λειτουργίας ενός ξενοδοχειακού καταλύματος, είναι η χορήγηση του σήματος λειτουργίας.

¹¹ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 82 – 85

1.14.1 Υπεύθυνη δήλωση

Πριν από την έναρξη λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, πρέπει να υποβληθεί στον ΕΟΤ δήλωση η οποία, χωρίς να είναι καθαυτό υπεύθυνη υπό την τυπική έννοια (και κυρίως μορφή) υπέχει εντούτοις θέση υπεύθυνης δήλωσης του νόμου 1599/86, με όλες τις σχετικές συνέπειες. Η δήλωση αυτή, της οποίας το περιεχόμενο έχει καθοριστεί με Υπουργική Απόφαση, αφορά κυρίως την τήρηση των τεχνικών προδιαγραφών για τουριστικές επιχειρήσεις.

Ειδικότερα τα στοιχεία της είναι:

1. Λεπτομερή στοιχεία της ταυτότητας του επιχειρηματία ή του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας (ονοματεπώνυμο, πατρώνυμο, διεύθυνση κ.λ.π.), και διεύθυνση της επιχείρησης.
2. Αριθμός Φορολογικού Μητρώου της επιχείρησης και αρμόδια Δ.Ο.Υ. (Ρόδου).
3. Αριθμός ημερομηνίας έκδοσης προσωρινής ή οριστικής άδειας λειτουργίας.
4. Τοποθεσία (ακριβής διεύθυνση, απόσταση από παραλία και από πλησιέστερη πόλη), τύπος καταλύματος, διακριτικός τίτλος, τάξη, αριθμός δωματίων και αριθμός κλινών.
5. Συμπλήρωση του συνημμένου εντύπου «Τυποποιημένα σύμβολα τουριστικών διευθύνσεων» που αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της υπεύθυνης δήλωσης.
6. Ότι έχουν εφαρμοστεί πιστά τα εγκεκριμένα από τον ΕΟΤ αρχιτεκτονικά σχέδια της τουριστικής εγκατάστασης (η υπό αριθμό... έγκριση) και ότι έχουν τηρηθεί πλήρως οι τεχνικές προδιαγραφές ως προς τα δωμάτια, τους κοινόχρηστους χώρους και τον πάσης φύσεως εξοπλισμό αυτής (επίπλωση, ιματισμός, τηλέφωνα, κλιματισμός κοινόχρηστων χώρων και δωματίων).

Σε περίπτωση μη πιστής εφαρμογής των εγκεκριμένων σχεδίων πρέπει να αναγράφονται λεπτομερώς οι τυχόν παρεκκλίσεις (επιπλέον δωμάτια, αλλαγή χώρων, κ.λ.π.).

Η δήλωση αυτή υποβάλλεται από το νόμιμο εκπρόσωπο της που έχει οριστεί από το Δ.Σ αυτής. Για τον λόγο αυτό συνυποβάλλεται επίσημο αντίγραφο σχετικού

πρακτικού συνεδρίασης του Δ.Σ. Για τις άλλες μορφές εταιριών η δήλωση υποβάλλεται από τον διαχειριστή. Για τον σκοπό αυτό συνυποβάλλεται και το καταστατικό της εταιρείας. Στην περίπτωση κοινωνίας η δήλωση υποβάλλεται από όλους τους κοινωνούς, άλλως από εκείνον στον οποίο έχει ανατεθεί η διοίκηση του κοινού πράγματος, οπότε συνυποβάλλεται το συμφωνητικό ή η δικαστική απόφαση.

1.14.2 Προϋποθέσεις χορήγησης του σήματος

Προκειμένου να χορηγηθεί το ειδικό σήμα λειτουργίας προβλέπεται η υποβολή σειράς δικαιολογητικών, τα οποία συγκεκριμένα είναι τα παρακάτω:

1. Αίτηση του επιχειρηματία για χορήγηση του ειδικού σήματος και έγκριση διακριτικού τίτλου όπου απαιτείται.
2. Η υπεύθυνη δήλωση (με την οποία ασχοληθήκαμε παραπάνω).
3. Πιστοποιητικό πυρασφάλειας της αρμόδιας πυροσβεστικής υπηρεσίας.
4. Βεβαίωση της αρμόδιας νομαρχίας (τμήμα υγιεινής) για την καλή λειτουργία του αποχετευτικού συστήματος της μονάδας και το πόσιμο του νερού. Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες με δίκτυο δήμων και κοινοτήτων ή ανάλογων οργανισμών (ΕΥΔΑΠ) πρέπει να προσκομίζεται ή ο λογαριασμός ύδρευσης και αποχέτευσης ή βεβαίωση του δήμου ή της κοινότητας για την σχετική σύνδεση της επιχείρησης.
5. Έγκριση περιβαλλοντικών όρων.
6. Αντίγραφο του ποινικού μητρώου τύπου Β των επιχειρηματιών ή του νόμιμου αντιπροσώπου της εταιρείας, εάν πρόκειται για νομικό πρόσωπο.
7. Πιστοποιητικό υγείας του επιχειρηματία ή του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας, εάν πρόκειται για νομικό πρόσωπο.
8. Απόδειξη είσπραξης του παράβολου υπέρ του ΕΟΤ και υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφαλίσεως και Πρόνοιας Προσωπικού Ελληνικής Ραδιοφωνίας- Τηλεόρασης και Τουρισμού (ΤΕΑΠ- ΠΕΡΤ), όπως ισχύουν κάθε φορά.
9. Βεβαίωση του ΕΟΤ και της αρμόδιας ΔΥΟ αυτού που κάνει την αίτηση ότι δεν υφίσταται οφειλή από τα οριστικά ποσά που βεβαιώθηκαν σε

βάρος του ΕΟΤ από επιβολή προστίμων καθώς και από ληξιπρόθεσμες οικονομικές υποχρεώσεις προς τον ΕΟΤ.

10. Βεβαίωση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ) περί ενημερότητας των υποχρεώσεων ως προς αυτό.
11. Απόδειξη είσπραξης του ποσού που αναλογεί υπέρ του ΞΕΕ όταν πρόκειται για καταλύματα κύρια που λειτουργούν για πρώτη φορά όταν μεταβιβάζεται η επιχείρηση.
12. Αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας του επιχειρηματία.
13. Τα δικαιολογητικά που προβλέπονται από τον νόμο για την έγκριση διορισμού υπεύθυνου διευθυντή.

Όταν πρόκειται για κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία εκμεταλλεύονται νομικά πρόσωπα το ειδικό σήμα λειτουργίας εκδίδεται στο όνομα του νομικού προσώπου.

Η αίτηση του ΕΟΤ για την χορήγηση του ειδικού σήματος υποβάλλεται από τον υπόχρεο υποβολής της υπεύθυνης δήλωσης. Το σήμα αυτό καταχωρείται σε ειδικό βιβλίο που τηρεί η αρμόδια υπηρεσία του ΕΟΤ, με αύξοντα αριθμό και περιέχει τα παρακάτω στοιχεία:

1. τον αύξοντα αριθμό του βιβλίου καταχώρησης,
2. τον Αριθμό Φορολογικού Μητρώου,
3. την μορφή της τουριστικής επιχείρησης,
4. την δυναμικότητα,
5. την κατηγορία,
6. την περιοχή όπου βρίσκεται η επιχείρηση (οδός, αριθμός),
7. τον διακριτικό τίτλο, και
8. τα στοιχεία του επιχειρηματία.

Το ειδικό σήμα λειτουργίας ταχυδρομείται με απόδειξη στους ενδιαφερόμενους επιχειρηματίες ή παραλαμβάνεται από τον ΕΟΤ με απόδειξη από τους ίδιους ή από εξουσιοδοτημένο από αυτούς πρόσωπο.

Τα δικαιολογητικά με αριθμό 4, 5, 7, 8 και 9, 10, 11, 13 και 14 υποβάλλονται κάθε πενταετία από την χορήγηση του σήματος, διαφορετικά αφαιρείται¹².

¹² Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 95 – 97

1.14.3 Πότε χορηγείται;

Δεδομένου ότι ο νόμος 2160/94 δεν αναφέρεται στο θέμα αυτό και με βάση αυτά που μέχρι τότε προέβλεπε η νομοθεσία όσον αφορά την χορήγηση της άδεια λειτουργίας, το σήμα λειτουργίας θα πρέπει να ζητηθεί από τον ιδιοκτήτη ξενοδοχειακής επιχείρησης όταν η επιχείρηση λειτουργεί για πρώτη φορά.

Το σήμα λειτουργίας έχει αόριστη διάρκεια. Κάθε πέντε χρόνια όμως, ο δικαιούχος του πρέπει να επανυποβάλλει πιστοποιητικό πυρασφάλειας, βεβαίωση για την καλή λειτουργία του αποχετευτικού συστήματος, αντίγραφο ποινικού μητρώου, πιστοποιητικό υγείας, αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας, τα δικαιολογητικά για την έγκριση του γενικού διευθυντή, βεβαιώσεις για την καταβολή εκ νέου των παραβόλων υπέρ του ΕΟΤ και ΞΕΕ. Αν αυτά δεν υποβληθούν, αιρείται το σήμα λειτουργίας.

Οι παραβάτες, οποιασδήποτε από τις παρακάτω διατάξεις τιμωρούνται με απόφαση του αρμόδιου Πλημμελειοδικείου με ποινές που μπορεί να είναι αρκετά σοβαρές, κυρίως σε περίπτωση υποτροπής. Είναι εξάλλου δυνατό να εισαχθούν και να εκδικασθούν σύμφωνα με την διαδικασία των επ' αυτοφώρω αδικημάτων.

Εκτός από τις παραπάνω ποινές, ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ έχει επίσης αρμοδιότητα να επιβάλλει κυρώσεις μετά σύμφωνης γνώμης της αρμόδιας επιτροπής¹³.

1.14.4 Έγκριση τίτλου

Η έγκριση του τίτλου υποδεικνύεται με αίτηση του ιδιοκτήτη. Εάν ιδιοκτήτης είναι Ανώνυμη Εταιρία (Α.Ε) απαιτείται και πρακτικό του διοικητικού συμβουλίου της σχετικό με την υπόδειξη του τίτλου.

Η αίτηση αυτή εξετάζεται από την Αρμόδια Επιτροπή, η οποία είναι δυνατό να μην εγκρίνει τον τίτλο που θεωρεί ως ανάρμοστο ή ακατάλληλο ή ότι δεν ανταποκρίνεται γενικά προς την συγκρότηση και εμφάνιση της επιχείρησης.

Οι τίτλοι που εγκρίνονται ανακοινώνονται στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, το οποίο υποχρεούται να τηρεί Ειδικό Βιβλίο Τίτλων.

Η καταχώρηση των τίτλων στο Βιβλίο Τίτλων του Επιμελητηρίου αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση της παροχής προστασίας προς αποκλειστική κυριότητα και χρήση του τίτλου.

¹³ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 99

Τα δικαιώματα αυτά κυριότητας και χρήσης του τίτλου αποκτώνται με την έγκριση του τίτλου, και διαρκούν όσο διαρκεί και η εξάσκηση του επαγγέλματος από τον δικαιούχο και επί δυο επιπλέον χρόνια. Μετά την παρέλευση της διετίας αυτής ο τίτλος είναι δυνατό να χρησιμοποιηθεί από άλλο ξενοδοχείο, αφού όμως βεβαίως τηρηθεί από την αρχή η παραπάνω διαδικασία.

Ιδιοκτήτης κτιρίου, το οποίο πρόκειται να χρησιμοποιηθεί ως ξενοδοχείο, μπορεί να ζητήσει από τον ΕΟΤ την έγκριση τίτλου. Εφόσον εγκριθεί, αποκτά ο ίδιος το δικαίωμα, κυριότητας σ' αυτόν το οποίο δεν μεταβιβάζεται στον μισθωτή ξενοδόχο, χωρίς την συγκατάθεση του ιδιοκτήτη του κτιρίου. Ο τυχόν μισθωτής διατηρεί το δικαίωμα χρήσης του τίτλου για όλη την διάρκεια της παραμονής του σε αυτό.

Η μετάφραση του ονόματος του ξενοδοχείου στην ξένη γλώσσα έχει εγκριθεί από την Επιτροπή Χορηγήσεως Αδειών Λειτουργίας Ξενοδοχείων¹⁴.

1.14.5 Παρουσίαση Ανώνυμης Εταιρίας

Γενικά

Ανώνυμη Εταιρία (Α.Ε) είναι η με νομική προσωπικότητα εμπορική εταιρία, της οποίας το κεφάλαιο διατηρείται σε ισότιμα και μεταβιβάσιμα μερίδια (μετοχές) και της οποίας οι εταίροι (μέτοχοι) ευθύνονται μόνον μέχρι του ποσού της εισφοράς τους.

Πρόκειται για την κατ' εξοχήν κεφαλαιουχική εταιρία, για την οποία τα πρόσωπα των εταίρων δεν έχουν καμία σημασία. Αντίθετα, ιδιαίτερη σημασία έχει το κεφάλαιό της, το οποίο διαιρείται σε ίσα μεταξύ τους μερίδια, τις μετοχές.

Η Α.Ε. είναι εμπορική εταιρία σύμφωνα με ειδική διάταξη του νόμου, ανεξάρτητα από το εάν ο σκοπός της είναι εμπορικός ή όχι.

Η επωνυμία της Α.Ε. σχηματίζεται από το είδος της επιχείρησης την οποία ασκεί. Είναι δυνατόν να συμπεριλαμβάνονται σ' αυτήν και το όνομα του φυσικού προσώπου ή η επωνυμία άλλης εταιρίας. Πάντως, πρέπει οπωσδήποτε να περιέχονται στην επωνυμία οι λέξεις «Ανώνυμη Εταιρία».

Ιστορικά η Α.Ε. εμφανίζεται, σε πρωτόγονη μορφή, τον 15^ο και 16^ο αιώνα στην Ιταλία. Οι πρώτες εταιρίες όμως που πλησιάζουν έντονα την σημερινή μορφή της Α.Ε. εμφανίζονται τον 17^ο αιώνα και έχουν ως δραστηριότητα τον αποικισμό και το θαλάσσιο εμπόριο, π.χ. η ολλανδική εταιρία των Ανατολικών Ινδιών.

¹⁴ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Τουριστικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1997σελ. 102 – 103

Η Α.Ε. διέπεται από διάφορες νομοθετικές διατάξεις όπως επίσης από τις ειδικές διατάξεις του Εμπορικού Νόμου. Κυρίως, όμως διέπεται από τον υπ' αριθμ. 2190/1920 «περί ανωνύμων εταιριών» νόμο, όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε από μεταγενέστερα νομοθετήματα.

1.14.6 Ίδρυση της Α.Ε.

Η ίδρυση της Α.Ε. περνά από τα παρακάτω στάδια: Σύναψη καταστατικού, ανάληψη μετοχών, έγκριση καταστατικού και άδεια σύστασης της Α.Ε. από την διοίκηση και τέλος δημοσίευση του καταστατικού. Αναλυτικότερα:

1.14.7 Σύναψη καταστατικού

Το καταστατικό είναι σύμβαση μεταξύ δύο ή περισσότερων φυσικών ή νομικών προσώπων, των ιδρυτών, που καταρτίζεται οπωσδήποτε με συμβολαιογραφικό έγγραφο και περιέχει τις εταιρικές συμφωνίες.

Υπάρχουν ορισμένα στοιχεία τα οποία το καταστατικό πρέπει να περιέχει οπωσδήποτε. Αυτά είναι:

1. Η επωνυμία της εταιρίας
2. Ο σκοπός της
3. Η έδρα της, που πρέπει υποχρεωτικά να είναι δήμος ή κοινότητα της ελληνικής επικράτειας.
4. Η διάρκειά της, μια και κατ' αρχήν, η διάρκεια της είναι περιορισμένη.
5. Το ύψος και ο τρόπος καταβολής του εταιρικού κεφαλαίου.
6. Το είδος των μετοχών καθώς και η ονομαστική τους αξία.

Πρέπει επίσης να περιέχονται στο καταστατικό της ΑΕ διατάξεις:

7. Για την μετατροπή ονομαστικών μετοχών σε ανώνυμες ή ανωνύμων σε ονομαστικές.
8. Για την σύγκληση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου.
9. Για την σύγκληση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες των Γενικών Συνελεύσεων.
10. Για τους ελεγκτές.
11. Για τα δικαιώματα των μετόχων.

12. Για τον ισολογισμό και τη διάθεση των κερδών.

13. Για την λύση της εταιρίας και την εκκαθάριση της περιουσίας της.

Είναι, τέλος, απαραίτητο να αναφέρονται στο καταστατικό τα ατομικά στοιχεία των προσώπων που το έχουν υπογράψει, καθώς και το συνολικό ποσό των δαπανών που απαιτήθηκαν για τη σύσταση της εταιρίας.

Εκτός από τα στοιχεία αυτά, τα οποία όπως είπαμε είναι υποχρεωτικά για την εγκυρότητα του καταστατικού, μπορούν να περιέχονται και πολλά άλλα. Τα στοιχεία αυτά συνήθως αφορούν τα όργανα της εταιρίας, τα δικαιώματα των μετόχων, την λύση και εκκαθάριση της εταιρίας, κ.ά.

1.14.8 Ανάλυση των μετοχών

Με τον όρο ανάληψη των μετοχών εννοούμε την κάλυψη του εταιρικού κεφαλαίου. Αυτή μπορεί να γίνει είτε αποκλειστικά από τους ιδρυτές (ενιαία ίδρυση), είτε από το κοινό με δημόσια εγγραφή (διαδοχική ίδρυση). Το στοιχείο αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία διότι, όπως θα δούμε, το κεφάλαιο το οποίο απαιτείται για την ίδρυση της εταιρίας δεν είναι το ίδιο στην μια και στην άλλη περίπτωση.

Εκτός από αυτό, κατ' αρχή, δεν είναι δυνατόν να δοθεί η άδεια για την σύσταση της εταιρίας από την διοίκηση, χωρίς την ανάληψη των μετοχών¹⁵.

1.14.9 Έγκριση του καταστατικού και άδεια συστάσεως

Σύμφωνα με τον νόμο περί Α.Ε. η έγκριση του καταστατικού και η άδεια συστάσεως και λειτουργίας της Α.Ε. παρέχεται τυπικά με απόφαση του υπουργού Εμπορίου.

Ήδη όμως η διάταξη αυτή έχει απλουστευθεί και η άδεια παρέχεται για τις εταιρίες που έχουν την έδρα τους στην περιφέρεια τέως διοικήσεως πρωτεύουσας από την διεύθυνση ανωνύμων εταιριών, ενώ για τις υπόλοιπες εταιρίες από τον αρμόδιο κατά τόπους νομάρχη.

Προϋπόθεση για την άδεια συστάσεως είναι ο έλεγχος της νομιμότητας του καταστατικού. Η διοίκηση δηλαδή δεν προχωρεί σε εξέταση της σκοπιμότητας της ιδρύσεως της εταιρίας, αλλά περιορίζεται στον έλεγχο σχετικά με το εάν το καταστατικό έχει καταρτιστεί σύμφωνα με τους σχετικούς νόμους.

¹⁵ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Εμπορικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1996 σελ. 226 – 227

Αντίστοιχη έγκριση της διοίκησης απαιτείται και για κάθε τροποποίηση του καταστατικού.

1.14.10 Δημοσίευση του καταστατικού

Η ολοκλήρωση της διαδικασίας για την ίδρυση μιας ανώνυμης εταιρίας, γίνεται με τη δημοσιότητα πράξεων και στοιχείων. Πρόκειται για ένα νέο σύστημα που εισήχθη με το π.δ. 409/86 με βάση την πρώτη κοινοτική οδηγία (άρθρα 7^α – 7γ).

Η δημοσιότητα αυτή πραγματοποιείται σε δύο στάδια, τα εξής:

A. Σε πρώτη φάση γίνεται καταχώρηση των πράξεων και στοιχείων που υποβάλλονται σε δημοσιότητα σύμφωνα με τον νόμο, στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιριών, που τηρείται από την υπηρεσία του Υπουργείου Εμπορίου της Νομαρχίας όπου έχει την έδρα της η εταιρία. Πριν την αρχή που τηρεί το ΜΑΕ.

B. Στη συνέχεια γίνεται δημοσίευση ανακοίνωσης σχετικά με την παραπάνω καταχώριση στο τεύχος Ανωνύμων Εταιριών και Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης της Εφημερίδας της Κυβέρνησης.

Το Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών αποτελείται τουλάχιστον από:

1. το βιβλίου μητρώου ανωνύμων εταιριών, όπου καταχωρίζονται με χρονολογική σειρά οι επωνυμίες των Α.Ε.
2. την μερίδα κάθε εταιρίας για την καταχώρηση των πράξεων και των στοιχείων που υποβάλλονται σε δημοσιότητα.
3. το φάκελο της εταιρίας με όλα τα έγγραφα που καταχωρίζονται στη μερίδα της και
4. το ευρετήριο των εταιριών, όπου αναγράφονται με αλφαβητική σειρά η επωνυμία κάθε εταιρίας και ο αριθμός μητρώου της¹⁶.

¹⁶ Βλ. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Αντωνία, «Εμπορικό Δίκαιο», Αθήνα – Κομοτηνή 1996 σελ. 229

ΜΕΡΟΣ Γ΄

Κεφάλαιο 1

Προϋπολογισμός μιας Ξενοδοχειακής Επένδυσης

1.1 Παρουσίαση ξενοδοχείου

Ένα ξενοδοχείο πολυτελείας, "HOTEL AIRIA", θα προστεθεί στο δυναμικό των ξενοδοχείων της Ρόδου. Η όλη επένδυση, σε μεγάλο ποσοστό με ίδια κεφάλαια, αναμένεται να ολοκληρωθεί μέσα σε 16 μήνες και ανήκει στην εταιρεία AIRIA Α.Ε.. Ιδιοκτήτες της εταιρείας είναι οι κυρίες Ανταλουδάκη Ειρήνη και Μαριέττου Ελευθερία που θα παρακολουθήσουν από κοντά το σχεδιασμό και την πρόοδο των εργασιών με μοναδικό στόχο να παρουσιάσουν, ακόμη και με υπέρβαση του προϋπολογισμένου κόστους, ένα πλήρες ξενοδοχειακό συγκρότημα πολυτελείας.

Κοντά σε μία από τις ομορφότερες περιοχές του νησιού το "HOTEL AIRIA" πιστεύεται ότι θα κατακτήσει σημαντική θέση στην ξενοδοχειακή βιομηχανία όχι μόνο του νησιού αλλά ολόκληρης της Ελλάδας.

Το ξενοδοχείο θα μπορεί να φιλοξενήσει 800 άτομα σε 300 πολυτελή δωμάτια, 20 Junior σουίτες και 10 σουίτες. Το 95% με θέα την θάλασσα. Ιδιαίτερη προσοχή έχει δοθεί, εκτός από τις σύγχρονες ανέσεις, στον τομέα της ασφάλειας των φιλοξενούμενων αφού κάθε δωμάτιο διαθέτει εκτός από την μαγνητική κλειδαριά,

βραδύκαυστες πόρτες ασφαλείας, ανιχνευτές καπνού (smoke detectors), σύστημα αυτόματης πυρόσβεσης (sprinklers), ηλεκτρονικές θυρίδες τιμαλφών, καθώς και σύστημα προτεραιότητας σε επείγουσες κλήσεις.

Το ξενοδοχείο θα διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που θα χαρίσουν στους φιλοξενούμενους μια πραγματικά ευχάριστη διαμονή όπως:

Τρία εστιατόρια, το Symposium με δυνατότητα παρασκευής ορισμένων εδεσμάτων μπροστά σε πελάτη (σε show kitchen), κατά την διάρκεια, τόσο του πρωινού, όσο και του δείπνου, για όσους επιθυμούν να γευματίσουν a la carte κοντά στην πισίνα και το Thalassa για όσους αναζητούν gourmet γεύσεις λίγα μόλις μέτρα από τον ήχο των κυμάτων της παραλίας.

Τρία μπαρ με διαφορετική ατμόσφαιρα το καθένα (Το Mythos Bar στο σαλόνι, το Oasis Pool Bar πάνω στην πισίνα και το Poseidon Beach Bar στην παραλία.).

Για τους λάτρεις των σπόρ, θα υπάρχουν δύο μεγάλες εξωτερικές πισίνες τροπικής εμφάνισης, εσωτερική πισίνα με ξεχωριστό τζακούζι, πλήρες γυμναστήριο, νέοι χώροι ευεξίας (Spa), ένα γήπεδο τένις, ένα γήπεδο μπάσκετ / βόλεϊ (και τα δύο φωτιζόμενα το βράδυ), μίνι γκολφ, beach volley, αίθουσα ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Ακόμη για τους νεαρούς επισκέπτες θα υπάρχει ξεχωριστή πισίνα καθώς και παιδική χαρά. Η οργάνωση των αθλητικών και ημερήσιων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων έχει ανατεθεί σε μία ενθουσιώδη νεανική ομάδα που τα περισσότερα μέλη της είναι απόφοιτοι γυμναστικών ακαδημιών.

Η συνεδριακή υποδομή του ξενοδοχείου θα αποτελείται από μία αίθουσα πολλαπλών χρήσεων 400 ατόμων (Academia Hall), εξοπλισμένη με οπτικοακουστικά μέσα τελευταίας τεχνολογίας, καθώς και δύο meeting rooms 100 ατόμων το καθένα (Plato και Socrates).

Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στον τομέα της εξυπηρέτησης ατόμων με ειδικές ανάγκες αφού κάθε σημείο του ξενοδοχείου θα είναι προσπελάσιμο ενώ ταυτόχρονα, υπάρχουν και χώροι ειδικά σχεδιασμένοι για τα άτομα αυτά, όπως για παράδειγμα τουαλέτες.

Επίσης μια σειρά από επιλεγμένα καταστήματα και κομμωτήριο, θα εξασφαλίζουν σε μεγάλο ποσοστό ότι χρειάζεται ένας πελάτης στην διάρκεια των διακοπών του.

Το "HOTEL AIRIA" πρόκειται να εγκαταστήσει ότι πιο σύγχρονο τόσο στον τομέα της τεχνολογίας όσο και στον τομέα του περιβάλλοντος. Αιχμή του δόρατος αποτελεί το Building Management System ένα πλήρως μηχανογραφημένο σύστημα διαχείρισης της ενέργειας, το οποίο διαμέσου ειδικών αισθητήρων ελέγχει και προγραμματίζει κάθε κατανάλωση ενέργειας, ενώ σε συνεργασία με το ξενοδοχειακό software επιτρέπει στην διοίκηση του ξενοδοχείου να επεμβαίνει σε μία σειρά από παραμέτρους ενέργειας, αλλά και να δημιουργεί σενάρια κατανάλωσης ενέργειας ανάλογα με τον αριθμό των φιλοξενούμενων και των κλιματολογικών συνθηκών.

Ιδιαίτερη προσοχή επίσης δόθηκε στην μηχανοργάνωση των διαφόρων υπηρεσιών, ούτως ώστε οι λειτουργικές πληροφορίες να είναι πάντα διαθέσιμες χωρίς χάσιμο χρόνου, καθώς και οι χρεώσεις των καταναλώσεων να γίνονται αυτόματα (συστήματα on line) για ένα πιο γρήγορο και αποτελεσματικό σέρβις. Η διάχυση της νέας τεχνολογίας φθάνει σε τέτοιο βαθμό ώστε να αντιστοιχεί ένα τερματικό ηλεκτρονικού υπολογιστή σε κάθε τέσσερις εργαζομένους στο ξενοδοχείο, σε πλήρες δίκτυο που καλύπτει τον κάθε χώρο. Στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου θα εγκατασταθούν και θα λειτουργούν με επιτυχία ασύρματες ζώνες ευρυζωνικότητας (wi fi hotspots) προσθέτοντας με τον τρόπο αυτό μια επιπλέον υπηρεσία στην διάθεση των πελατών μας.

Χαρακτηριστική είναι η προσοχή στην ποιότητα των υπηρεσιών, αφού στην στελέχωση δόθηκε προτεραιότητα στους απόφοιτους τουριστικών σχολών, με αποτέλεσμα περισσότερο από το 1/3 του συνόλου του προσωπικού να έχει τουριστική / ξενοδοχειακή εκπαίδευση, μέσης και ανώτερης βαθμίδας. Επίσης ένα ποσοστό 60% του προσωπικού θα παρακολουθήσει δίμηνα εκπαιδευτικά σεμινάρια, πριν από την έναρξη λειτουργίας του ξενοδοχείου.

Στον τομέα περιβαλλοντικής διαχείρισης το ξενοδοχείο μας έχει υιοθετήσει σύστημα διαχωρισμού των απορριμμάτων, χρήση υγραερίου σε ποσοστό 90% τόσο στην κουζίνα όσο και στην παραγωγή νερού και ατμού, ευρεία χρήση λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας, συλλογή χρησιμοποιημένων μπαταριών σε ξεχωριστούς από τα λοιπά απορρίμματα συλλέκτες, συλλογή και ανακύκλωση λαδιών, ενώ ταυτόχρονα δίνεται προτεραιότητα στην χρήση ανακυκλώσιμων υλικών και φυσικών προϊόντων. Χαρακτηριστικό της περιβαλλοντικής ευαισθησίας είναι ότι δεν χρησιμοποιείται πετρέλαιο.

1.2 Τεχνικές προδιαγραφές – Διαρρύθμιση εσωτερικών χώρων

1.2.α. Χώροι Προσέλευσης

1. Ανεμοφράκτης εφόσον ο χώρος κλιματίζεται διαστάσεων 2,00 X 3,00 = 6μ² ή κυκλική πόρτα 2,00μ.
2. Χώρος εισόδου – υποδοχής LOBBY με ελάχιστες διαστάσεις σε μέτρα από 101 – 300 κλίνες 10,00μ. για τις κατηγορίες Πολυτελείας και Α΄.
3. RECEPTION με ελάχιστο μήκος σε μέτρα 2,00μ. Για ένα τουλάχιστο μέτρο μήκους το ύψος του πάγκου θα είναι 0,80μ. για μικρά παιδιά και άτομα μειωμένης κινητικότητας (ΑΜΚ).
4. Χώρος αποθήκευσης αποσκευών κοντά στη RECEPTION.
5. Θυρίδες φύλαξης τιμαλφών με άμεση εποπτεία από την RECEPTION (μόνο για τις κατηγορίες Πολυτελείας και Α΄).
6. Χρηματοκιβώτιο φύλαξης τιμαλφών πελατών για όλες τις κατηγορίες.
7. Τηλεφωνικό κέντρο στον ίδιο χώρο με τη RECEPTION.
8. Τηλεφωνικός θάλαμος. Μία τουλάχιστο συσκευή θα είναι στο ύψος 0,90 για ΑΜΚ.
9. Γραφεία.
10. W.C. Πελατών συγκρότημα W.C. ανδρών, γυναικών και καλλωπιστήρια για τους χώρους υγιεινής. Ελάχιστες διαστάσεις W.C. 0,90 X 1,30μ. και H>2,20μ. Ελάχιστες διαστάσεις προθαλάμου 1,30μ. X 1,50μ. H>2,20μ. Τα συγκροτήματα υγιεινής θα έχουν άμεση επικοινωνία με το LOBBY κατά προτίμηση ή διαφορά 1^ο ορόφου.

Επίσης:

Τα W.C. ΑΜΚ έχουν τη χαρακτηριστική πινακίδα στις πόρτες και είναι στη στάθμη της εισόδου. Είναι δύο (2) χωριστά ανδρών – γυναικών. Το W.C. των ΑΜΚ είναι εξοπλισμένο με μία χειρολαβή στήριξης. Οι πόρτες θα είναι ανοιγόμενες προς τα έξω ή συρόμενες εξωτερικά.

11. Βεστιάριο.

1.2.β. Κυκλοφορία

12. Κυρίως κλιμακοστάσιο με πλατύσκαλο ή στρογγυλή με φανάρι με πρόσβαση από το χώρο υποδοχής – εισόδου (LOBBY) προς τους ορόφους

και φωτισμό και αερισμό κατά ΓΟΚ. Ελάχιστο πλάτος 1,40 μ. Το πλατύσκαλο κάθε ορόφου θα απομονώνεται από τους διαδρόμους με πόρτες σύμφωνα με τις διατάξεις της Πυροσβεστικής με αυτόματη επαναφορά.

Στον όροφο που είναι τα ειδικά δωμάτια τα φύλλα της πόρτας θα είναι ανοιγόμενα προς διαφορετική κατεύθυνση με χρόνο καθυστέρησης 30΄΄.

Α) δεν επιτρέπονται περισσότερα από 15 συνεχόμενα ύψη (ρίχτια)

Β) το ύψος σε κάθε ρίχτι να είναι 13εκ. με 17,5εκ.

Γ) το πάτημα 28εκ. με 36εκ.

Δ) απαιτείται πάντα χειρολισθήρας σε ύψος 0,90εκ. έως 1,00μ. Για πλάτος κλίμακος άνω του 1,20μ. απαιτούνται χειρολισθήρες και από τις δύο πλευρές.

13. Κλίμακα κινδύνου σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις του ΓΟΚ.

14. Ανελκυστήρας πελατών. Είθισται να διαθέτουν όλες οι κατηγορίες ανελκυστήρα. Επίσης υπάρχουν ράμπες ανόδου για τα άτομα με μειωμένη κινητικότητα από τη στάθμη του δρόμου μέχρι τους χώρους αναψυχής και γενικά χώρους συνάθροισης κοινού. Το πλάτος της ράμπας είναι $0 > 1,20\mu.$, η δε κλίση της κυμαίνεται από 6% έως 8% ανάλογα με το μήκος.

15. Διάδρομοι κυκλοφορίας στους κυρίους χώρους κλειστούς και ημιυπαίθριους με ελάχιστο πλάτος 1,40μ. για τα ξενοδοχεία Πολυτελείας 1,30μ. Όλοι πρέπει να φωτίζονται και να αερίζονται φυσικά ή τεχνικά.

1.2.γ. Χώροι Υποδοχής

Περιλαμβάνουν (300 κλίνες):

16. Αναμονή

17. Σαλόني & Bar

18. Χώρος τηλεόρασης

19. Χώρος παιχνιδιού (Play room)

Σαν αναμονή νοούμε το χώρο καθιστικού κοντά στη RECEPTION. Οι χώροι κυκλοφορίας (διάδρομοι, κλίμακες κ.λπ. δεν υπολογίζονται). Οι χώροι υποδοχής μπορεί να είναι χωρισμένοι ή ενοποιημένοι ανάλογα με τη χρήση τους.

Ο πάγκος Bar μόνον αφαιρείται από την επιφάνεια. Διαστάσεις πάγκου Bar 2,00μ. και μήκος 1,60μ. / κάθισμα. Ελάχιστο απαιτούμενο μήκος πάγκου 12,00μ.

1.2.δ. Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων

Πρόκειται για αίθουσα που προορίζεται για εκδηλώσεις όπως συνέδρια, διαλέξεις, συνεστιάσεις, χορούς, δεξιώσεις κ.λπ. Μπορεί να χρησιμοποιείται και για άτομα που δεν μένουν στο ξενοδοχείο.

Πρέπει να βρίσκεται σε άμεση σχέση με το LOBBY και να έχει δική της ανεξάρτητα είσοδο, με χολ, ανεμοφράκτη, W.C., βεστιάριο, δυνατότητα εξυπηρέτησης από το μαγειρείο και είναι προαιρετική για όλες τις κατηγορίες. Έχει ελάχιστη επιφάνεια 200,00 μ². πρέπει να περιλαμβάνει βοηθητικούς χώρους όπου θα φυλάγεται ο εξοπλισμός της με μηχανήματα προβολών, καμαρίνια για παραστάσεις κ.λπ. Ο χώρος πρέπει να κλιματίζεται.

1.2.ε. Χώροι Εστίασης

20. Αίθουσα πρωινού με εναλλακτικές λύσεις ανάλογα με τη δυναμικότητα της μονάδας και φυσικά ανάλογη προσαύξηση της επιφάνειας π.χ. του χώρου σαλονιού – Bar, εάν δεν υπάρχει χωριστός χώρος. Για τα ξενοδοχεία Πολυτελείας και Α΄ τάξης είναι υποχρεωτική η παροχή πρωινού στα υπνοδωμάτια (Room Service).

21. Αίθουσα απλών γευμάτων (Snack Bar).

22. Αίθουσα εστιατορίου κλασικού τύπου. Μπορεί να κατανέμεται κατά το ήμισυ σε ημιυπαίθρια εφόσον οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν. Η επιλογή τρόπου λειτουργίας του γίνεται από τον ιδιοκτήτη. Πρόβλεψη για AMK γίνεται υποχρεωτικά στους χώρους υποδοχής και εστίασης. Προβλέπονται θέσεις για αναπηρικά τροχήλατα 1/300 άτομα με τουλάχιστον 4 θέσεις, η δε πρόσβαση γίνεται με ράμπες.

A) Εστίαση – Self service ή Buffet. Προβλέπονται σε όλες τις κατηγορίες. Σ' αυτούς τους χώρους παρέχεται πρωινό, γεύμα ή δείπνο ή και τα δύο. Επίσης μπορούν να περιλαμβάνουν και άλλες μορφές χώρων εστίασης όπως ταβέρνα, καφενείο υπαίθριο Snack – Bar κ.λπ. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη W.C.

23. Παρασκευαστήριο πρωινού με ψυγείο και αποθήκη.

24. Μαγειρεία (απλών γευμάτων και εστιατορίου) με αποθήκη τροφίμων ημέρας και ψυγείο ημέρας.

25. Αποθήκες μαγειρείου επιφάνεια 50% της επιφάνειας του μαγειρείου. Περιλαμβάνουν κάβα ποτών, καταψύκτη, γενικές αποθήκες τροφίμων, ψυγείο σκουπιδιών, μαγειρείο.

26. Το μαγειρείο ή παρασκευαστήριο πρωινού βρίσκεται στην ίδια στάθμη με την αίθουσα που εξυπηρετεί ή με διαφορά 1 ορόφου. Σ' αυτή την περίπτωση δημιουργείται OFFICE εστιατορίου ή αίθουσας πρωινού.

Περιλαμβάνει:

- Σκάλα επικοινωνίας με το μαγειρείο
- Πάγκο για την τοποθέτηση των δίσκων
- Αναβατόριο μηχανοκίνητο ή ηλεκτροκίνητο ή ανελκυστήρα
- Σκευοθήκες, λινόθήκες κ.λπ.
- Ψυγείο με έτοιμα κρύα πιάτα, φρούτα κ.λπ. (στο OFFICE)

1.2.ζ. Υπνοδωμάτια

α. 2 κλινών (2 μονά κρεβάτια 1,00 X 2,00μ.)

Ελάχιστη διάσταση σε 3,40μ.

Ελάχιστη επιφάνεια σε 15,00μ²

β. Ντουλάπια

- για δίκλινα δωμάτια σε διαστάσεις 1,20 X 0,60 μ.

γ. Προθάλαμος υπνοδωματίων

- ελάχιστη διάσταση 0,90
- υποχρεωτικώς η ύπαρξη πόρτας μεταξύ υπνοδωματίου και προθαλάμου

δ. Βεράντες

ε. Δυνατότητα σύνδεσης 2 υπνοδωματίων με πόρτα που ασφαρίζεται και από τις δύο πλευρές.

στ. Πρόβλεψη για άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Κ.)

ζ. Χώροι Υγιεινής Υπνοδωματίων

- περιλαμβάνουν λουτήρα (νιπτήρα) και douche – μανιέρα. Ο χώρος αερίζεται και φωτίζεται με τεχνικά ή φυσικά μέσα.

- Στα υπνοδωμάτια ΑΜΚ δεν υπάρχει ντουζιέρα (δηλαδή το είδος υγιεινής) αλλά απλή κλίση δαπέδου για την αποχέτευση σε σιφώνι. Υπάρχουν επίσης τουλάχιστον 2 χειρολαβές. Οι θύρες ανοίγουν προς τα έξω.

η. Βοηθητικού Χώροι (OFFICE)

Περιλαμβάνει:

- A. χώρο καθαρισμού (είδη καθαρισμού, παροχή νερού, θέση για άπλυτα, θέση για καροτσάκι καμαριέρας)
- B. λινοθήκη ερμάριο βάθους 0,60μ. και ύψους 2,00μ. 1,00 – 2,00 ανάλογα με την κατηγορία
- Γ. σερβίρισμα πρωινού (θέση καροτσιών, πρωινού, πάγκος προετοιμασίας, λάντζα φύλαξης)
- Δ. επικοινωνία (κατακόρυφη αν πρόκειται για διαφορετικούς χώρους)
- Ε. ανελκυστήρας υπηρεσίας μόνο στις κατηγορίες πολυτελείας και Α΄
- Στ. σκάλα υπηρεσίας από το office

1.2.η. Συγκρότημα Βοηθητικών Χώρων

- α. αποθήκη επίπλων
- β. γενικές αποθήκες - γραφείο αποθηκάριου
- γ. αποθήκη καυσίμων
- δ. εγκατάσταση κεντρικής θέρμανσης
- ε. γραφείο συντήρησης
- στ. γραφείο συντήρησης
- η. πλυντήριο – σιδερωτήριο – γενική λινοθήκη

1.2.θ. Χώροι Προσωπικού

- A. χώρος υγιεινής προσωπικού (με w.c., douche, νιπτήρα, προθάλαμο, αποδυτήρια με ερμάρια χωριστά ανδρών και γυναικών)
- B. κοιτώνες προσωπικού (προαιρετικά)
- Γ. εστιατόριο προσωπικού
- Δ. είσοδος υπηρεσίας για τους βοηθητικούς χώρους.

1.2.ι. Άλλες Λειτουργίες στα Ξενοδοχεία

- Ταβέρνα προαιρετική (Thalassa)
- Πισίνα υποχρεωτική κλειστή ή ανοιχτή στην Κατ. Πολυτελείας
- Γυμναστήριο πλήρες – σάουνα υποχρεωτικά στις κατηγορίες πολυτελείας και Α΄
- Αποδυτήρια και W.C. πελατών
- Παιδική πισίνα (ελάχιστη διάσταση 4,00μ.)
- (Mythos Bar)
- Αθλοπαιδιές
- Παιδική χαρά
- Baby sitting
- Υπαίθριο θέατρο
- Ναυταθλητισμό
- Δάσκαλος κολύμβησης
- Χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων (κλειστοί ή ανοιχτοί, άλλο για προσωπικό και άλλο για πελάτες)

1.2.κ. Καταστήματα και λοιπές εξυπηρετήσεις

- Κομμωτήριο
- Τουριστικά Καταστήματα
- Υπηρεσία εφημερίδων και περιοδικών
- Υπηρεσία για πλύσιμο και καθάρισμα ρούχων πελατών (housekeeping)
- Υπηρεσία συναλλάγματος
- Mini Market

1.2.λ. Εγκαταστάσεις

- Ηχομόνωση δωματίων (σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα ΓΟΚ). Στους διαχωριστικούς τοίχους μεταξύ των δωματίων και διαδρόμων ή του περιβάλλοντος χώρου πρέπει να υπάρχει η ελάχιστη απαιτούμενη ηχομονωτική ικανότητα. Ομοίως στα πατώματα και τις οροφές των υπνοδωματίων. Βασική

είναι η σωστή επιλογή των υλικών για καλύτερα αποτελέσματα τα οποία πρέπει να πληρούν όλες τις προδιαγραφές.

- Θέρμανση γενική. Να εξασφαλίζει τον χειμώνα 18ο C ανεξάρτητα από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν.
- Κλιματισμός γενικός. Προτείνεται στους χώρους υποδοχής, εστίασης και κοινόχρηστους χώρους.

1.2.μ. Τηλεφωνική Επικοινωνία και Σήμανση

Υποχρεωτικά:

- A. εσωτερικό δίκτυο επικοινωνίας όλων των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων με το κέντρο του ξενοδοχείου.
- B. σύνδεση με το κέντρο της περιοχής.
- Γ. δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ των δωματίων και απευθείας κλίση προσωπικού
- Δ. δυνατότητα σύνδεσης με τη RECEPTION
- E. σε κάθε λουτρό κοντά στο λουτήρα κουδούνι κινδύνου με αντίστοιχο βομβητή στα office και στη reception

Προαιρετικά:

- A. αυτόματο τηλέφωνο
- B. τηλέφωνο στο λουτρό

Φωτισμός κ.λπ.

- A. στους κοινόχρηστους χώρους προβλέπονται εφεδρικές γραμμές και φώτα ασφαλείας, σε όλες τις κατηγορίες πολυτελείας
- B. ηλεκτρογεννήτρια μόνο στις κατηγορίες πολυτελείας.
- Γ. ρευματοδότες σε όλες τις κατηγορίες υποχρεωτικά.

Παροχή ζεστού και κρύου νερού

- Πρέπει να υπάρχει ζεστό – κρύο νερό καθ' όλο το 24ωρο σε όλα τα δωμάτια (50 – 60οC) λαμβανομένων υπόψη και των διατάξεων προς εξοικονόμηση ενέργειας).
- Πρόβλεψη εγκατάστασης υδαταποθήκης (δεξαμενής νερού που δεν μπορεί να είναι μικρότερης χωρητικότητας ανά 24ωρο των 0,10 μ3/ κλίνη).
- Νιπτήρας στα δωμάτια που δεν έχουν λουτρό

- Μουσική στα δωμάτια
- Γραμμές τηλεόρασης και συσκευή DVD στους κοινόχρηστους χώρους.
- Mini Bar στα δωμάτια μόνο Πολυτελείας
- Γραφείο εργασίας στα υπνοδωμάτια
- Άλλα απαραίτητα έπιπλα δωματίων καρέκλες, σκαμπό, τουαλέτα έπιπλο κ.λπ. ανάλογα με το χώρο και την κατηγορία.

1.3 Εξοπλισμός Ξενοδοχείου

Εξοπλισμός δίκλινου δωματίου: 2 κρεβάτια 2,00 X 1,00μ., 2 κομοδίνα, τουαλέτα έπιπλο, σκαμνί τουαλέτας, 2 πολυθρόνες, 1 καρέκλα, 1 τραπέζι, 1 πάγκος αποσκευών, ιματιοθήκη (ντουλάπα), καλάθι αχρήστων.

Εξοπλισμός λουτρού: σκαμνί, καλάθι αχρήστων, ζυγαριά.

Εξοπλισμός εξώστου: 1 τραπέζι και 2 καθίσματα.

Εξοπλισμός σουίτας: 2 κρεβάτια 2,00 X 1,00 μ., 2 κομοδίνα, 1 τουαλέτα έπιπλο, σκαμνί τουαλέτας, 2 πολυθρόνες, 1 καρέκλα, 1 τραπέζι, πάγκος αποσκευών, ιματιοθήκη (ντουλάπα), καλάθι αχρήστων.

Εξοπλισμός σαλονιού: καναπές – κρεβάτι, 2 πολυθρόνες, τραπέζι

Εξοπλισμός λουτρού: σκαμνί, καλάθι αχρήστων

Εξοπλισμός εξώστη: 1 τραπέζι, 2 καθίσματα.

1.4 Επιλογή της θέσης του Bar

Κατάλληλοι χώροι για την εγκατάσταση ενός BAR κοντά στο εστιατόριο, δίπλα στην πισίνα του ξενοδοχείου, στην πισίνα του ξενοδοχείου, στην ταράτσα ή δίπλα στις αθλοπαιδιές. Καθένα απ' αυτά τα Bars έχει το δικό του χαρακτήρα και όλα έχουν σκοπό να προσελκύσουν τον πελάτη σε όποιο μέρος και αν βρίσκεται.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στον χώρο εγκατάστασης του Main Bar. Το Main Bar πρέπει να βρίσκεται οπωσδήποτε στο κεντρικό κτίριο του ξενοδοχείου και μάλιστα σε σημείο όπου εύκολα μπορεί να το προσέξει ο πελάτης. Για το λόγο αυτό, συνήθως βρίσκεται στον ευρύτερο χώρο της υποδοχής, σε υψηλότερο επίπεδο, ώστε να φαίνεται διακριτικά και να μην εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία της. Εάν αυτό

συνδυάζεται και με το εστιατόριο, δηλαδή εάν περιλαμβάνεται στην οπτική γωνία της πορείας του πελάτη προς αυτό, τότε θα ήταν ιδανική η θέση του.

Για την δημιουργία του BAR εξετάζονται απ' την αρχή πολλοί παράγοντες ώστε να δοθεί η τελική του «ταυτότητα». Οι κυριότεροι από αυτούς είναι:

- Προσανατολισμός: το BAR πρέπει να βρίσκεται σε τέτοιο σημείο, ώστε να είναι ευδιάκριτο και προσπελάσιμο απ' τους πελάτες. Σε διαφορετική περίπτωση, τοποθετούνται πινακίδες στο χώρο της υποδοχής, εάν πρόκειται για ξενοδοχείο, που δείχνουν το σημείο που βρίσκεται.
- Θέα: Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την εγκατάσταση του BAR είναι η θέα του. Ο πελάτης, πίνοντας το ποτό του, νοιώθει πιο ευχάριστα έχοντας μια όμορφη θέα.
- Τεχνικές εγκαταστάσεις: Είναι απαραίτητο στο σημείο που θα εγκατασταθεί το BAR να υπάρχουν οι δυνατότητες για τεχνικές εγκαταστάσεις ύδρευσης, ηλεκτρισμού και αποχέτευσης, που θα χρησιμεύουν στη σωστή λειτουργία του χώρου.
- Η δυναμικότητα της επιχείρησης: Είναι σημαντικός παράγοντας διότι από αυτήν εξαρτάται το μέγεθος και η δυνατότητα παραγωγής. Πρέπει να σημειώσουμε εδώ ότι ο παράγων αυτός αποσυνδέεται στις ξενοδοχειακές μονάδες που απευθύνονται σε εξω-ξενοδοχειακούς πελάτες.
- Το είδος της πελατείας: Εδώ εξετάζεται αν οι πελάτες θα είναι μεμονωμένοι ή πρακτορειακοί, εξετάζεται επίσης η εθνικότητα, η ηλικία τους και η αγοραστική τους δύναμη.

Μετά από αυτές τις σκέψεις μελετώνται παράγοντες που θα κάνουν το BAR ευχάριστο, με όμορφη ατμόσφαιρα, στοιχεία που θα προσελκύσουν τον πελάτη. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι:

- Η είσοδος το BAR, εφ' όσον πρόκειται για εξωτερικό χώρο, πρέπει να είναι εντυπωσιακή, με καλό γούστο και να φαίνεται εύκολα απ' τους πελάτες. Σ' αυτό μπορεί να βοηθήσει μια όμορφη επιγραφή.
- Η επίπλωση του BAR (τραπέζια, καρέκλες, σκαμπό) πρέπει να είναι χαμηλά και υψηλής ποιοτικής κατασκευής και να ταιριάζουν με τη γενική διακόσμηση του χώρου. Επίσης πρέπει να είναι ανθεκτική στην καθημερινή χρήση.

- Η διακόσμηση του BAR είναι σωστό να χρησιμοποιεί ευχάριστα χρώματα, απαλό φωτισμό, πίνακες καθώς και πολλά φυτά. Το δάπεδο πρέπει να είναι επενδυμένο με μοκέτες, που να ταιριάζουν με τα χρώματα των τοίχων και των επίπλων. Οι μοκέτες χρησιμεύουν, ώστε ο χώρος να γίνεται πιο ζεστός, αλλά και για να αποφεύγονται οι θόρυβοι από τα βήματα των πελατών και του προσωπικού.
- Ο κλιματισμός και εξαερισμός είναι πολύ σημαντικό στοιχείο για το BAR. Οι περισσότεροι πελάτες σε ένα τέτοιο χώρο καπνίζουν και ο καπνός των τσιγάρων δημιουργεί αποπνικτικό περιβάλλον. Ο σωστός εξαερισμός δημιουργεί καθαρή ατμόσφαιρα και συνθήκες στους πελάτες να απολαύσουν το ποτό τους.
- Η μουσική τέλος του BAR παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ευχάριστου κλίματος, με την προϋπόθεση να είναι απαλή και διακριτική, ώστε να είναι δυνατή και η συζήτηση μεταξύ των πελατών. Για το λόγο αυτό, πρέπει να υπάρχει μια μελετημένη στερεοφωνική εγκατάσταση. Για πολλούς το πιάνο αποτελεί τη σωστότερη στερεοφωνική εγκατάσταση. Για πολλούς το πιάνο αποτελεί τη σωστότερη λύση σε ένα AMERICAN BAR.

1.4.1 Η διαρρύθμιση του Bar

Ένα κλασικό BAR στον ευρύτερο χώρο του παρασκευαστηρίου, όπως λέγεται, είναι διαρρυθμισμένο από δύο μέρη. Το FRONT BAR και το BACK BAR. Πιο αναλυτικά οι εγκαταστάσεις αυτές περιλαμβάνουν.

1.4.1.1 Front Bar

α. Ο πάγκος σερβιρίσματος του Bar

Είναι η κύρια τεχνική εγκατάσταση κάθε BAR και αυτό φαίνεται πάνω απ' όλα. Είναι το σημείο, στο οποίο οι πελάτες σερβίρονται το ποτό τους, καθισμένοι σε ψηλά σκαμπό.

Το ύψος του πάγκου πρέπει να είναι 1,20m περίπου ενώ το μήκος του εξαρτάται απ' τη δυναμικότητα του BAR. Η επιφάνεια του πάγκου είναι περίπου 45 – 60 cm και στο κάτω μέρος του υπάρχουν κιγκλιδώματα από ξύλο ή σίδηρο για να ξεκουράζονται τα πόδια των πελατών.

Τα σκαμπό πρέπει να είναι σταθερά, άνετα και καλής ποιότητας. Το ύψος των σκαμπό κυμαίνεται στα 80 – 85 cm. Στα περισσότερα BAR βλέπουμε σκαμπό περιστρεφόμενα γύρω από έναν κάθετο άξονα.

Το υλικό κατασκευής του πάγκου είναι συνήθως το ξύλο, χωρίς να αποκλείονται και άλλα υλικά, όπως μάρμαρο, γρανίτης κ.λπ. Στην επιφάνεια του δεν πρέπει να υπάρχει τζάμι, γιατί είναι επικίνδυνο να σπάσει από την πτώση μιας φιάλης. Πρέπει να είναι λείος και ευκολοκαθάριστος. Είναι περιττή η διακόσμησή του με ανάγλυφες παραστάσεις και σκαλίσματα, διότι δημιουργούν εστίες μικροβίων.

Πάνω από τον πάγκο δεν πρέπει να βρίσκεται τίποτε άλλο παρά μόνο σταχτοδοχεία και τα MENAGES, που είναι απαραίτητα για την παρασκευή των ποτών (καλαμάκια, αναδευτήρες, διακοσμητικά, angostura, Tabasco, sauce / anglaise, αλάτι, πιπέρι, κανέλλα, κ.λπ.). Πρέπει επίσης να είναι πάντα καθαρός διότι ακόμα και σταγόνες από νερό τον κάνουν να φαίνεται βρώμικος.

Τέλος σημαντικό ρόλο στην αισθητική του πάγκου παίζει ο φωτισμός, ο οποίος πρέπει να είναι απαλός. Αυτό επιτυγχάνεται με τη βοήθεια μικρών φωτιστικών, που βρίσκονται στην οροφή του, ανάλογα με τη γενική διακόσμηση του χώρου.



β. Ο πάγκος εργασίας του Bar

Ο πάγκος εργασίας του BAR είναι ένα κομμάτι του Front Bar, ο οποίος βρίσκεται ακριβώς πίσω από τον πάγκο σερβιρίσματος και σε χαμηλότερο επίπεδο. Το μήκος του συνήθως είναι όσο και το μήκος του πάγκου σερβιρίσματος. Το πλάτος του κυμαίνεται στα 50 -80 cm. Το επίπεδό του είναι χαμηλότερο από τον πάγκο σερβιρίσματος και αυτό για να μην είναι μέσα στην οπτική γωνία του πελάτη που κάθετα στη «μπάρα». Αυτό βοηθά και τον Bar- man να αισθάνεται ότι η εργασία του δεν είναι απόλυτα στην κοινή θέα. Συνήθως ο πάγκος εργασίας του bar είναι το ανοξείδωτο πάνω μέρος των ψυγείων και των άλλων μηχανημάτων που υπάρχουν για τις ανάγκες λειτουργίας του bar όπως καταψύκτες, μηχανή παραγωγής παγοκύβων, πλυντήριο κ.λπ.

Στην επιφάνεια του πάγκου εργασίας γίνεται όλη η προεργασία για το σερβίρισμα του ποτού. Για την ανάμειξη το τραπέζι είναι το «ιερό στην εκκλησία» και γι' αυτό δεν πρέπει να ανακατεύονται άσχετα χέρια. Ο πελάτης που δείχνει ενδιαφέρον στο να βλέπει τον Bar – man καθώς προετοιμάζει ένα ποτό δεν δυσκολεύεται να το κάνει.

Αντίθετα το εσωτερικό μέρος του πάγκου εργασίας καλύπτεται από τον πάγκο σερβιρίσματος και στα σημεία αυτά ο Bar – man μπορεί να «κρύψει» διάφορα υλικά και σκεύη, που δεν πρέπει να φαίνονται. Τα σκεύη και τα υλικά αυτά πρέπει να βρίσκονται πάντα σε ένα συγκεκριμένο σημείο, ώστε να μην χάνει χρόνο, ψάχνοντας τα.

1.4.1.2 Back Bar

α. Εκθετήριο ποτών



Απέναντι από το FRONT BAR βρίσκεται το BACK BAR που ονομάζεται και εκθετήριο ποτών. Συχνά αυτή η εγκατάσταση παίρνει τη μορφή μιας «έκθεσης» που

έρχεται σε αρμονία με την όψη του συνόλου. Το BACK BAR πρέπει να είναι όσο το δυνατόν απλό χωρίς πολλές πόρτες και γωνίες. Τα διάφορα ράφια, εάν υπάρχουν, πρέπει να απέχουν αρκετά μεταξύ τους. Πολλές φορές, εκεί τοποθετούνται και τα ποτήρια, κατά τέτοιο τρόπο, ώστε αν τυχόν ένα μπουκάλι ξεφύγει από το χέρι, να μην πέσει επάνω τους. Οι φιάλες πρέπει να τοποθετούνται όχι τόσο αισθητικά αλλά πρακτικά. Έξω και πιο εύκαιρα πρέπει να βρίσκονται αυτές που έχουν την πιο μεγάλη χρήση. Επίσης η κάθε φιάλη πρέπει να βρίσκεται πάντα στην ίδια θέση, έτσι ώστε να είναι εύκολο να τη βρίσκουμε. Η κίνηση αυτή με τον καιρό γίνεται μηχανικά. Εξ άλλου τοποθετούνται τα ποτά έτσι ώστε να δίνουν την εντύπωση τάξης και συμμετρίας. Το καθάρισμα του ντουλαπιού και των φιαλών πρέπει να γίνεται καθημερινά και οι ετικέτες πρέπει να φαίνονται. Όσο για τις φιάλες από τα λικέρ που λερώνονται περισσότερο και συχνά κολλάνε πρέπει να πλένονται με χλιαρό νερό.

Να τι είναι καθοριστικό για την αποθήκευση:

- Τάξη της αποθήκευσης των ποτών που μας ενδιαφέρουν.
- Οι επιθυμίες των πελατών.
- Η προσωπική άποψη του ιδιοκτήτη.

β. Προθήκες – Ντουλάπια

Κάτω από τη βιτρίνα των ποτών, βρίσκονται προθήκες και ντουλάπια, που χρησιμεύουν για διάφορους λόγους. Συνήθως στους χώρους αυτούς τοποθετούνται όλα τα ποτήρια που χρησιμοποιούνται στο BAR, διάφορα μηχανήματα και συσκευές όπως τοστιέρες, Blender, Μίξερ κ.λπ.

Τα ποτήρια αυτά πρέπει να είναι καθαρά, γυαλισμένα και στεγνά. Στις επιφάνειες των προθηκών τοποθετούνται λινές πετσέτες (ναπερόν), για να μην έρχονται σε επαφή τα χείλη των ποτηριών με το ξύλο ή όποιο άλλο υλικό χρησιμοποιείται για την κατασκευή τους. Η τοποθέτηση των γυάλινων σκευών πρέπει να είναι πάντα ανάποδα.

Στο κάτω μέρος των προθηκών αυτών συνήθως υπάρχουν μικρά ντουλάπια, τα οποία χρησιμεύουν στην αποθήκευση ποτών, χυμών, αναψυκτικών, υλικών καθαρισμού κ.λπ.

γ. Office του Bar

Το OFFICE του BAR βρίσκεται ακριβώς δίπλα απ' το χώρο εργασίας του Bar – man και χρησιμεύει στην αποθήκευση άδειων φιαλών, άδειων σταχτοδοχείων και άλλων

αντικειμένων, που δεν πρέπει να τα βλέπει ο πελάτης. Επίσης, τοποθετείται συνήθως το πλυντήριο ποτηριών, πιθανόν η μηχανή παραγωγής παγοκύβων και τα μοτέρ των ψυγείων.

1.4.2 Εξοπλισμός Bar

Ο εξοπλισμός ενός σύγχρονου Bar αποτελείται από:

- Μηχανήματα και συσκευές.
- Σκεύη, όργανα και εργαλεία.
- Ποτήρια.

Η επιλογή και ο αριθμός του εξοπλισμού αυτού εξαρτάται από τη δυναμικότητα, τη μορφή του και την οικονομική δύναμη της επιχείρησης.

1.4.2.1 Μηχανήματα και συσκευές του Bar

1. Ψυγείο Bar



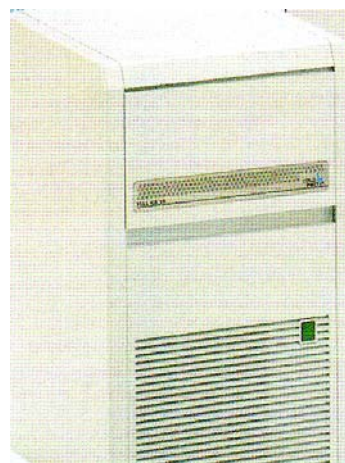
Τοποθετείται κάτω απ' τον πάγκο σερβιρίσματος του bar και θεωρείται το σπουδαιότερο μηχανήμα του. Κατασκευάζεται από ανοξείδωτο υλικό, για να είναι εύκολος ο καθαρισμός του και αποτελεί με την πάνω επιφάνεια του, τον πάγκο εργασίας του Bar – man.

Μέσα στο ψυγείο υπάρχουν σιδερένιες σχάρες, για να τοποθετούνται τα αναψυκτικά, οι μπίρες και τα κρασιά. Στο δάπεδο του ο Bar – man βάζει τους χυμούς, τα φρούτα, τα γάλατα και τα παγάκια, μέσα σε σαμπανιέρες. Η θερμοκρασία του ψυγείου ρυθμίζεται, συνήθως από 2 – 4ο C.

2. Μηχανή παραγωγής παγοκύβων

Τοποθετείται συνήθως στο χώρο του office ή και κάτω από τον πάγκο σερβιρίσματος σαν μέρος του συνολικού block των μηχανημάτων που αποτελούν και τον πάγκο εργασίας.

Η επιλογή της μηχανής εξαρτάται απ' την κατανάλωση πάγου, που υπάρχει στο Bar ανά συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η μηχανή του πάγου αποτελείται από κυψέλες, στις οποίες εισέρχεται νερό το οποίο παγώνει σε μικρό χρονικό διάστημα και, τα έτοιμα πλέον παγάκια αποθηκεύονται σε έναν κάδο. Η κυκλική αυτή εργασία γίνεται συνέχεια, μέχρι να γεμίσει ο κάδος. Τα παγάκια συντηρούνται μέχρι τη χρησιμοποίησή τους και όταν μειώνονται η μηχανή ξαναλειτουργεί μέχρι να γεμίσει πάλι ο κάδος.



3. Πλυντήριο ποτηριών



Κάθε Bar σχετικής δυναμικότητας πρέπει να έχει ένα πλυντήριο ποτηριών, που να εξυπηρετεί τις ανάγκες του. Είναι σημαντικό τα ποτήρια να είναι καθαρά και χωρίς οσμές.

4. Μηχανή Espresso

Όλες οι μορφές Bar εκτός από αλκοολούχα ποτά, προσφέρουν καφέδες και αφενήματα. Για το λόγο αυτό, η μηχανή Espresso είναι απαραίτητη. Συνήθως, η μηχανή αυτή



τοποθετείται σε μια άκρη του πάγκου σερβιρίσματος ή εργασίας.

Μια μεσαίας δυναμικότητας μηχανή Espresso αποτελείται από τα εξής εξαρτήματα:

- Α. Δύο ταχυβραστήρες για την Παρασκευή Ελληνικού καφέ.
- Β. Δύο υποδοχές, στις οποίες μπαίνουν ειδικές λαβές – φίλτρα για τον Espresso.
- Γ. Μια μικρή κάνουλα με ζεστό νερό, που χρησιμεύει στην Παρασκευή αφεψημάτων.
- Δ. Μια σχάρα στο πάνω μέρος της μηχανής, για την τοποθέτηση, το στέγνωμα και το ζέσταμα των φλυτζανιών.

Σήμερα, υπάρχουν σύγχρονες μηχανές Espresso, οι οποίες δουλεύουν ηλεκτρονικά. Με την πίεση ενός διακόπτη η μηχανή παράγει την επιθυμητή ποσότητα καφέ.

5. Μηχανή φιλτραρισμένου καφέ



Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας και είναι απαραίτητη για την Παρασκευή φιλτραρισμένου καφέ (Γαλλικού, Αμερικάνικου). Μια μηχανή επαγγελματικής χρήσης αποτελείται από δύο καράφες, στις οποίες καταλήγει ο έτοιμος καφές. Ο καφές διατηρείται ζεστός, διότι είναι σε εστίες με θερμοκρασία συντήρησης.

6. Αναταρακτήρας ποτών (Drink mixer)

Είναι απαραίτητο μηχάνημα στο Bar για την παρασκευή κρέμας γάλακτος, milk shakes, καφέ – φραπέ και ορισμένων αναμειξέων. Βρίσκεται συνήθως στον πάγκο εργασίας.



7. Blender

Χρησιμοποιείται για την Παρασκευή αναμειξων και φρέσκων χυμών όπως μήλου, μπανάνας, αχλαδιού, ροδάκινου κ.λπ.



8. Αποχυμωτής



Χρησιμεύει για το στύψιμο φρέσκων φρούτων και ιδιαίτερα πορτοκαλιού, λεμονιού και γκρέιπφρουτ. Οι χυμοί αυτοί είναι το βασικό συστατικό πολλών αναμειξεων. Η πρέσα υπάρχει σε δύο τύπους, τη χειροκίνητη και την ηλεκτρική. Παράλληλα το μηχάνημα του αποχυμωτή χρησιμεύει για τους ίδιους λόγους με ανάλογα φρούτα.

9. Τοστιέρα

Απαραίτητη συσκευή σε πολλά είδη Bar, όπως Snack Bar, Beach Bar, Pool Bar, Café Bar κ.ά. Η πώληση Toasts, Hamburgers, Sandwiches, είναι χαρακτηριστικό τους γνώρισμα.



10. Διανεμητής αναψυκτικών (Post mix)

Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας του Bar ή σε άλλο κατάλληλο σημείο και χρησιμεύει στο αυτόματο σερβίρισμα όλων των αναψυκτικών, που υπάρχουν σε ένα Bar (Coca Cola, Sprite, πορτοκαλάδα, σόδα, λεμονίτα).

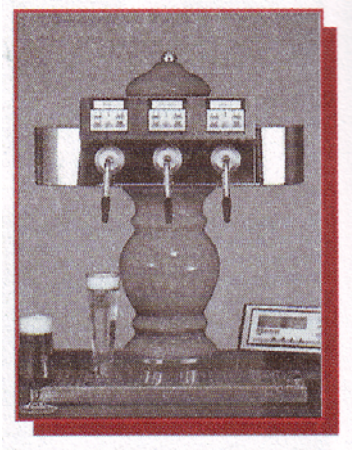
Με την μηχανή αυτή έχουμε τα εξής πλεονεκτήματα:



- Κερδίζουμε χρόνο, αφού δεν ανοίγουμε μπουκάλια και δεν σκουπίζουμε τις φιάλες από την υγρασία.
- Αποφεύγουμε τα κιβώτια των αναψυκτικών, που βρίσκονται stock στο office του Bar.
- Αποφεύγουμε τις κενές φιάλες.
- Αποφεύγουμε την κατάληψη μεγάλου χώρου στο ψυγείο του Bar, τον οποίο μπορούμε να εκμεταλλευτούμε με διαφορετικό τρόπο.
- Έχουμε οικονομία, εφ' όσον για ένα Long drink μπορεί να μην χρησιμοποιήσουμε ολόκληρη τη φιάλη του αναψυκτικού.
- Είναι χρήσιμος ιδιαίτερα σε Bar όπου υπάρχει ανάγκη μεγάλης σε ποσότητας αλλά και ταχύτητα, εξυπηρέτηση πελατών (Snack bar, Beach bar, Pool bar, κ.λπ.).

11. Σύστημα draught beer

Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας του bar – man και χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα της μύρας. Λειτουργεί όπως και ο διανεμητής των αναψυκτικών και παρουσιάζει τα ίδια πλεονεκτήματα.



12. Ταμειακή μηχανή



Οι σύγχρονες μηχανές έχουν τη δυνατότητα της θεώρησης από την εφορία, ώστε να μπορεί να γίνει ανά πάσα στιγμή έλεγχος εσόδων. Αποτελούνται από αθροιστές και κωδικούς προϊόντων, ανάλογα τη δυναμικότητα και την τεχνολογία τους.

1.4.2.2 Σκεύη – Όργανα και Εργαλεία του Bar

1. Σκεύη

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μια σειρά από διαφορετικά φλυτζάνια καφέ και άλλων ροφημάτων καθώς επίσης και ανοξείδωτα σκεύη όπως καφετιέρες, γαλατιέρες, ζαχαριέρες και δίσκοι διαφορετικών μεγεθών και σχημάτων. Τέλος σημαντικά στοιχεία που διευκολύνουν την εργασία και την καθαριότητα του χώρου είναι τα δοχεία απορριμμάτων και οι πετσέτες του Bar.



2. Όργανα και εργαλεία

Είναι μεταξύ άλλων τα εξής:

- Σέικερ – Mixing glass
- Bar spoons.
- Σιφών σόδας και σαντιγύ.
- Αμπούλες σιφών
- Μεζούρες
- Σουρωτήρι.
- Κουταλάκια παγωτού
- Βούρτσα πλυσίματος ποτηριών
- Ξύλο και μαχαίρι κοπής φρούτων
- Λαβίδες πάγου – παγοθήκες
- Τιρμπουσόν
- Χειροκίνητος στρίφτης φρούτων.
- Πετσέτες Bar.
- Σαμπανιέρες
- Τρίφτης μοσχοκάρυδου.

- Σέσουλες πάγου
- Ανακατευτήρας
- Καμινέτο για ζέσταμα ποτηριών
- Σετ για MENAGES



3. Ποτήρια του Bar

Το BAR, εκτός απ' τον εξοπλισμό του σε μηχανήματα, σκεύη και εργαλεία, πρέπει να διαθέτει και μια πλήρη σειρά ποτηριών, απαραίτητα για το σωστό σερβίρισμα των ποτών και αναμειξω. Ο αριθμός τους και η ποικιλία τους εξαρτάται από πολλούς παράγοντες μεταξύ των οποίων είναι:

- Σε κάθε κατηγορία ποτών αντιστοιχεί και ένα ποτήρι. Είναι πιθανό ορθολογικό ένα ποτήρι να καλύπτει και περισσότερες από μία κατηγορία.

- Τα κολονάτα ποτήρια χρησιμοποιούνται στα κρύα ποτά, που σερβίρονται χωρίς πάγο. Έτσι η θερμοκρασία του χεριού δεν τα ζεσταίνει.
- Αντιθέτως, το balloon ή snifer χρησιμοποιείται στο σερβίρισμα των Brandies, ώστε να τα ζεσταίνει η θερμοκρασία του χεριού και να αναδύεται το άρωμα του ποτού.
- Ορισμένα ποτά σερβίρονται αποκλειστικά σε ένα ποτήρι όπως το τύπου sherry για τα κρασιά και το cordial για τα liqueurs.
- Τα ποτήρια τύπου «σωλήνα» δηλαδή Collins ή High Ball χρησιμεύουν στο σερβίρισμα long drinks, χυμών κ.λπ.
- Δεν πρέπει να υπάρχουν πολλοί τύποι ομοειδών ποτηριών, γιατί αυτό προκαλεί σύγχυση στο σερβίρισμα.
- Όταν πρόκειται για επιλογή ποτηριών σε Beach Bar, αποφεύγουμε τα εύθραυστα ποτήρια.

Είδη ποτηριών:



- Ποτήρι Collins ή High – Ball: Είναι ποτήρι τύπου «σωλήνα» και χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των ομώνυμων Long drinks και για τα αναψυκτικά. Η περιεκτικότητά του είναι περίπου 250 – 300 γρ.



- Ποτήρι Schnaps ή Shot ή Pony: Ειδικό ποτηράκι για το σερβίρισμα ποτών που πίνονται με τη μέθοδο “Schnaps”, δηλαδή μια και κάτω.



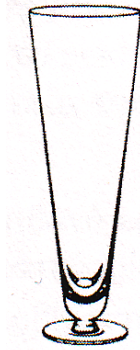
- Ποτήρι Tumbler: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των Demi Long και αναψυκτικών. Είναι περιεκτικότητας 150 – 200 γρ.



- Ποτήρι ούισκι “Old – Fashioned”: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα του Whisky και άλλων ποτών με πάγο (on the rocks). Το μεγαλύτερο σε περιεκτικότητα αυτού του τύπου χρησιμοποιείται για την ομώνυμη ανάμειξη με βάση το whisky. Είναι περιεκτικότητας 120 – 180 γρ.



- Ποτήρι μύρας “Pilsner”: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα της μύρας μαζί με το μπουκάλι. Είναι περιεκτικότητας 290 – 350 γρ. Για το σερβίρισμα της μύρας με το σύστημα Draught χρησιμοποιείτε το ποτήρι τύπου “barel glass”.



- Ποτήρι “Irish Coffee”: Ειδικό ποτήρι για την Παρασκευή και το σερβίρισμα του “Irish Coffee”.



- Ποτήρι “Pousse – cafe”: Ειδικό ποτήρι για το σερβίρισμα των “Pusse – cafe”.



- Ποτήρι “Cobbler” ή “Sorbet”: Μεγάλο ποτήρι Coupe για σαμπάνια ή αναμειξίς που επιδέχονται γαρνιτούρα φρούτων. Είναι περιεκτικότητας 120 – 130 γρ.



- Ποτήρι Appetitif: χρησιμοποιείται για ορεκτικά ποτά χωρίς πάγο. Είναι περιεκτικότητας 130 – 150 γρ.



- Ποτήρι κόκκινου κρασιού: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των κόκκινων κρασιών “Clarets”. Η περιεκτικότητά του είναι 120 – 130 γρ.



- Ποτήρι άσπρου κρασιού: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των κρασιών “Sautern” και όλων των λευκών κρασιών. Η περιεκτικότητα του είναι 120 – 130 γρ.



- Ποτήρι Sherry: Η περιεκτικότητα του είναι 110 γρ. Σ’ αυτό σερβίρονται τα κρασιά τύπου sherry όπως το Σάμος τη Μαυροδάφνη και άλλα γλυκά επιδόρπια κρασιά.



- Ποτήρι “Flute”: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα της σαμπάνιας εάν δεν γίνεται χρήση του ποτηριού Cocktail ή Coupe de champagne, όπως συνηθίζεται να λέγεται.



- Ποτήρι Μπράντυ: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα του Brandy, και στο μικρότερο μέγεθος του το Cognac και Armagnac. Τα χείλη του κλείνουν ελαφρά προς τα μέσα για να μην φεύγει το άρωμα του ποτού. Ονομάζεται και Baloon ή Snifer και η περιεκτικότητά τους είναι για μερίδα 25 γρ. και 40 γρ. αντίστοιχα. Τα μικρά Snifer χρησιμοποιούνται και για τα Liqueur Fins.



- Ποτήρι Cocktail ή Martini: Είναι περιεκτικότητας 60 -80 γρ. και σερβίρονται όλα τα short cocktails, εκτός από αυτά που απαιτούν ειδικό τύπο ποτηριού. Το πιο γνωστό από αυτά είναι η σειρά Martini απ’ όπου και το όνομά του.



- Ποτήρι Cordial: Η περιεκτικότητά του είναι 25 γρ. και χρησιμοποιείται στο σερβίρισμα των Liqueurs.



- Ποτήρι Sour: Χρησιμοποιείται για τα ομόνομα ανάμεικτα ποτά ή τα Crustas και είναι περιεκτικότητας 120 – 130 γρ.



1.5 Εισαγωγή στις αρχές σχεδιασμού εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής φαγητών

Η αποτελεσματική λειτουργία μιας ξενοδοχειακής ή ανεξάρτητης επισιτιστικής επιχείρησης βασίζεται στην ικανοποιητική λειτουργία όλων των δραστηριοτήτων του ξενοδοχειακού και / ή επισιτιστικού κύκλου. Οι διευκολύνσεις μέσα στις οποίες λαμβάνουν χώρα οι δραστηριότητες αποτελούν ένα σημαντικό σκέλος του κύκλου. Οι διευκολύνσεις αντιπροσωπεύουν τα μέσα εκείνα που απαιτούνται για να παράγουμε και να παραδώσουμε το χειροπιαστό προϊόν στον πελάτη και αποτελείται από τα φυσικά υλικά δηλαδή τους χώρους, τις εγκαταστάσεις, τα μηχανήματα, τις συσκευές και τα σκεύη που χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία και κατά τη διαδικασία του σερβιρίσματος στον πελάτη.

Επαρκείς χώροι και καλοσχεδιασμένες εγκαταστάσεις είναι οι βασικές προϋποθέσεις για την αποτελεσματική λειτουργία του συστήματος παραγωγής φαγητών και πρέπει να εξετάζονται από το αρχικό στάδιο του σχεδιασμού της επιχείρησης. Όσο καλοσχεδιασμένες είναι οι εγκαταστάσεις τόσο διευκολύνεται η επίτευξη των στόχων της επισιτιστικής επιχείρησης που σχετίζονται με την αποδοτικότερη χρήση των ανθρώπινων και των υλικών πόρων της επιχείρησης.

Οι βασικές αρχές του σχεδιασμού πρέπει να λαμβάνουν υπόψη:

- *Τη φυσική ροή:* τη φυσική κίνηση των πρώτων υλών κατά την παραγωγική διαδικασία. Επίσης, οι διαδικασίες σεβριρίσματος συχνά απαιτούν την ομαλή ροή των πελατών και του προσωπικού. Η ροή των πληροφοριών είναι, επίσης, σημαντική για την απρόσκοπτη λειτουργία της επιχείρησης.
- *Τη δυναμικότητα:* οι εγκαταστάσεις παρέχουν τα μέσα με τα οποία οι πρώτες ύλες μετατρέπονται σε αγαθά και υπηρεσίες. Οι εγκαταστάσεις της κουζίνας μετατρέπουν τα τρόφιμα σε φαγητά, οι εγκαταστάσεις του εστιατορίου διευκολύνουν την προσφορά υπηρεσιών εστίασης, η υποδοχή προσφέρει υπηρεσίες κατά την άφιξη – αναχώρηση και διαμονή του πελάτη κ.λπ. Η δυναμικότητα επομένως εξαρτάται από το σχεδιασμό και τις εγκαταστάσεις.
- *Αποτελεσματική χρήση:* αναποτελεσματική χρησιμοποίηση του χώρου ή των χώρων είναι δαπανηρή και αντιπαραγωγική καθώς γίνονται περιττές κινήσεις του προσωπικού και των υλικών. Οι εγκαταστάσεις πρέπει να σχεδιάζονται με τρόπο ώστε να χρησιμοποιείται ο χώρος αποτελεσματικά και να ελαχιστοποιεί τις διαδρομές μεταξύ των «κέντρων» εργασίας. Με άλλα λόγια, οι χώροι και οι εγκαταστάσεις πρέπει να είναι εργονομικά σχεδιασμένοι και να εξασφαλίζεται οικονομία κινήσεων. Ο αποτελεσματικός των χώρων και εγκαταστάσεων πρέπει, επίσης, να αριστοποιεί την αξία της επένδυσης σε χώρους, μηχανήματα, συσκευές, σκεύη και εργαλεία, λαμβάνοντας υπόψη τόσο τις τρέχουσες λειτουργικές απαιτήσεις της επιχείρησης όσο και πιθανούς μελλοντικούς στόχους και ανάγκες. Στην περίπτωση της μαζικής παραγωγής φαγητών, αυτή η διαδικασία γίνεται πιο πολύπλοκη, εξαιτίας της ανάγκης αποθήκευσης πρώτων υλών και φαγητών σύμφωνα με τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας.
- *Διακίνηση υλικών:* υπάρχουν 3 κύριες πλευρές που πρέπει να ληφθούν υπόψη όταν σχεδιάζουμε ένα αποτελεσματικό σύστημα διακίνησης υλικών:
 - φυσική ροή (η πραγματική κίνηση),

- διοίκηση (ο αποτελεσματικός σχεδιασμός και έλεγχος),
- τεχνολογία (οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται κατά τη μεταφορά υλικών, οι μέθοδοι επεξεργασίας και παραγωγής κ.ά.).

Οι συγκεκριμένοι παράγοντες που επηρεάζουν τη διακίνηση των υλικών στα συστήματα παραγωγής είναι:

1. Αποθήκευση – τα τρόφιμα και ποτά πρέπει να αποθηκεύονται, αν είναι δυνατόν, στο σημείο που θα χρησιμοποιηθούν και ιδιαίτερα οι ογκώδεις προμήθειες.
2. Συχνότητα – τα υλικά πρέπει να αποθηκεύονται σύμφωνα με τη συχνότητα που χρησιμοποιούνται. Εξυπακούεται ότι, προμήθειες με μεγάλη συχνότητα χρήσης πρέπει να βρίσκονται κοντά στα σημεία που χρησιμοποιούνται.
3. Χώρος – η χρησιμοποίηση κινούμενων ραφιών επιτρέπει ευελιξία στην αποθήκευση και παράλληλα οικονομία χώρου. Επίσης, ο καλός σχεδιασμός των χώρων (π.χ. διαδρομών) ελαττώνει και διευκολύνει την εργασία.
4. Χειρισμοί – τόσο η αποθήκευση όσο και η μεταφορά των πρώτων υλών στους χώρους που χρησιμοποιούνται διευκολύνεται με τη χρησιμοποίηση ειδικών μηχανημάτων μεταφοράς.
5. Σύστημα – η ομαδοποίηση των υλικών ελαττώνει το χρόνο που απαιτείται για να εντοπίσουμε το είδος που θέλομε κατά περίπτωση.
6. Συντονισμός – η επικοινωνία είναι, επίσης, σημαντικός παράγοντας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο συντονισμός εστιατορίου και κουζίνας¹⁷.

1.6 Σχεδιασμός χώρων και εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής φαγητών

Το αρχικό στάδιο του σχεδιασμού των χώρων και των εγκαταστάσεων παραγωγής και κατανάλωσης (σερβιρίσματος) είναι καθοριστικής σημασίας για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία της επιχείρησης.

¹⁷ Βλ. Τζωρακολευθεράκης Ζαχαρίας «Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1999, σελ. 59 – 62

Ειδικότερα, ο προγραμματισμός σχεδιασμού και διαρρύθμισης των χώρων μαζικής παραγωγής φαγητών (της επαγγελματικής κουζίνας) έχει στόχο να προσδιοριστεί το μέγεθος των απαιτούμενων χώρων ή τη διανομή και διαρρύθμιση των διαθέσιμων χώρων. Και στις δύο περιπτώσεις, οι παράμετροι που λαμβάνονται υπόψη στο στάδιο του σχεδιασμού, πρέπει να διασφαλίζουν:

- άριστη ροή της εργασίας και των υλικών,
- αποφυγή διασταυρώσεων,
- διευκόλυνση της μεταφοράς υλικών μέσω ορθολογικής διαμόρφωσης των διαδρομών,
- απομόνωση των χώρων που προξενούν θορύβους,
- οικονομική αξιοποίηση των χώρων και
- λειτουργική διαρρύθμιση.

Πρέπει όμως να τονίσουμε ότι, ο σχεδιασμός των χώρων και εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής είναι ιδιαίτερα πολύπλοκος εξαιτίας των ιδιαιτεροτήτων που εμπλέκονται τόσο κατά την παραγωγική διαδικασία όσο και κατά τη διαδικασία διάθεσης των προϊόντων, όπως:

- Η ποικιλία των μεθόδων παραγωγής και σερβιρίσματος που χρησιμοποιούνται ή ενδέχεται να χρησιμοποιηθούν στο μέλλον.
- Η μεγάλη ποικιλία των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται.
- Η ευπάθεια του τελικού προϊόντος και η μικρή αποθηκευτική αντοχή του.
- Η αστάθεια της ζήτησης του προϊόντος, με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται αιχμές σε συγκεκριμένες ώρες της ημέρας (π.χ. μεσημέρι – βράδυ) και αδράνεια στα ενδιάμεσα.

Το πρόβλημα διογκώνεται όταν σε μια επισιτιστική επιχείρηση προσφέρονται διαφορετικά «προϊόντα» ή ακόμη εφαρμόζονται διαφορετικά συστήματα παράθεση γευμάτων. Για παράδειγμα, ένα εστιατόριο ξενοδοχειακής επιχείρησης ενδέχεται να εφαρμόζει το σύστημα buffet στο γεύμα και το σύστημα table d' hote στο δείπνο ή το αντίθετο.

Το πρώτο βήμα για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό μιας επισιτιστικής επιχείρησης είναι ο προσδιορισμός των στόχων της επιχείρησης και περιλαμβάνει:

- *Προσδιορισμό του είδους της πελατείας:* ο κύριος στόχος, που θα πρέπει να ξεκαθαριστεί από την αρχή, είναι ο προσδιορισμός του τμήματος της αγοράς που ενδιαφέρει την επιχείρηση. Όταν προσδιοριστεί η «ταυτότητα» της πελατείας που στοχεύουμε, έχουμε τις βάσεις για το σχεδιασμό των χώρων και εγκαταστάσεων της παραγωγής και της κατανάλωσης. Είναι πολύ σημαντικό, από το στάδιο του σχεδιασμού να λαμβάνονται υπόψη όλες οι παράμετροι των διαδικασιών παραγωγής και σερβιρίσματος ώστε το τελικό αποτέλεσμα (το προϊόν / υπηρεσία) να ικανοποιεί τις ανάγκες και προσδοκίες του πελάτη που στοχεύουμε να εξυπηρετήσουμε. Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός των χώρων και των εγκαταστάσεων μαζικής παραγωγής φαγητών, προϋποθέτει να ληφθούν υπόψη οι παράγοντες που σχετίζονται με το προσφερόμενο menu. Οι παράγοντες αυτοί – είδος menu, ιδιαιτερότητες πιάτων, σύστημα και τρόπος σερβιρίσματος, ειδικά εδέσματα, βαθμός χρησιμοποίησης έτοιμων τροφίμων κ.ά., επηρεάζουν, όπως γίνεται αντιληπτό, άμεσα το σχεδιασμό των αναγκαίων χώρων και εγκαταστάσεων.
- *Έλεγχος του κόστους:* Ανεξάρτητα από τον τύπο και το μέγεθος της επισιτιστικής επιχείρησης, το κόστος πρέπει να ελέγχεται από το αρχικό στάδιο του σχεδιασμού μέχρι το κόστος λειτουργίας
- *Διευκόλυνση παραγωγής και σερβιρίσματος:* Περιλαμβάνει τον εργονομικό σχεδιασμό των χώρων και του εξοπλισμού παραγωγής. Απαραίτητη προϋπόθεση, στο στάδιο αυτό είναι να ληφθούν αποφάσεις σχετικά με τα παρακάτω:
 - Προσδιορισμό του είδους, αριθμού, μεγέθους και δυναμικότητας των μέσων επεξεργασίας.
 - Προσδιορισμό των αναγκαίων χώρων (διανομή των διατεθειμένων χώρων και διαρρύθμισή τους).
 - Διάταξη των μέσων επεξεργασίας.
 - Προσδιορισμό των απαραίτητων τεχνικών εγκαταστάσεων (ύδρευσης, αποχέτευσης, αερισμού, ηλεκτρισμού κ.ά.)

- *Παραγωγικότητα προσωπικού:* Συχνά, η χαμηλή παραγωγικότητα του προσωπικού μαζικής παραγωγής οφείλεται και στην έλλειψη σχεδιασμού, στην έλλειψη εκπαίδευσης ή ακόμη στη χρησιμοποίηση αναποτελεσματικών μεθόδων εργασίας. Για το λόγο αυτό, από το στάδιο του σχεδιασμού, πρέπει να μελετηθούν τα παρακάτω σημεία, με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας:
 - Μελέτη των απαιτούμενων εργασιών για την κατάρτιση προγραμμάτων εργασίας, πλάνων περιγραφής καθηκόντων και οργανογράμματος προσωπικού.
 - Μελέτη για τη σωστή τοποθέτηση των μηχανημάτων, συσκευών, σκευών και εργαλείων, πάγκων εργασίας κ.ά., ώστε να επιτυγχάνεται οικονομία κινήσεων των εργαζομένων.
 - Μελέτη για την ορθολογική αξιοποίηση των ενδεδειγμένων ανθρωπομετρικών διαστάσεων στην επιλογή του εξοπλισμού (ύψος τραπεζιών εργασίας, ραφιών κ.ά.)
- *Εποπτεία και εκπαίδευση προσωπικού:* Κατά το στάδιο του σχεδιασμού πρέπει να ληφθεί υπόψη και το θέμα εποπτείας και εκπαίδευσης του προσωπικού, ώστε να εξασφαλιστούν οι απαραίτητοι χώροι και εγκαταστάσεις (π.χ. αίθουσες για συναντήσεις και εκπαίδευση).
- *Ασφάλεια και υγιεινή:* Η πρόβλεψη σχετικά με την ασφάλεια και την υγιεινή αφορά τόσο τους πελάτες όσο και τους εργαζομένους. Φυσικά υπάρχει και η σχετική νομοθεσία (κανονισμοί πυρασφάλειας, υγειονομικοί κανονισμοί κ.ά.), που καθορίζει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης.
- *Καθαριότητα και συντήρηση:* Κατά το σχεδιασμό, δεν θα πρέπει να αγνοηθούν τα στοιχεία που αφορούν στις απαιτήσεις για καθαριότητα και συντήρηση των χώρων και εγκαταστάσεων. Παράγοντες όπως είδος και ποιότητα δαπέδων, επένδυση τοίχων, είδος και λειτουργικότητα των εγκαταστάσεων κ.ά., πρέπει να μελετηθούν με ιδιαίτερη προσοχή.

- *Πρόβλεψη για μελλοντικές αλλαγές:* Επίσης, κατά τον προγραμματισμό των αναγκαίων χώρων, θα πρέπει όπως έχει προαναφερθεί, να γίνεται πρόβλεψη για μελλοντικές αλλαγές¹⁸.

1.7 Προσδιορισμός Χώρων Μαζικής Παραγωγής Φαγητών

1.7.1 Χώροι – Τμήματα κουζίνας

Οι χώροι μιας επαγγελματικής κουζίνας διακρίνονται σε κύριους και βοηθητικούς. Όπως έχει αναφερθεί, η κουζίνα πρέπει να ενώνεται άμεσα με το εστιατόριο.

Κύριοι χώροι χαρακτηρίζονται οι χώροι της κουζίνας που έχουν σαν αποστολή την παραγωγή φαγητών και βοηθητικοί χώροι εκείνοι που βοηθούν έμμεσα στην ολοκλήρωση του παραγωγικού έργου.

Οι κύριοι χώροι είναι:

1. Η ζεστή κουζίνα.
2. Η κρύα κουζίνα.
3. Το ζαχαροπλαστείο.
4. Το κυλικείο ή μπουφές.
5. Αποθήκη ημέρας – ψυκτικοί θάλαμοι.

Οι βοηθητικοί χώροι είναι:

1. Χώρος διανομής: Ειδικά διαρρυθμισμένος χώρος για την ορθολογική διακίνηση του προσωπικού σερβιρίσματος από την κουζίνα προς το εστιατόριο και το αντίθετο.
2. Χώρος προσωπικού: Εστιατόριο προσωπικού, βεστιάρια, W.C. και χώρος παραμονής.
3. Χώρος για την τοποθέτηση των ειδών καθαριότητας της κουζίνας.
4. Χώρος για την τοποθέτηση των σκευών του εστιατορίου (πιάτα, ποτήρια κ.ά.).
5. Χώρος για το πλύσιμο των μαγειρικών σκευών.
6. Χώρος για το πλύσιμο και την προετοιμασία των λαχανικών.
7. Χώρος για τις «επιστροφές».

¹⁸ Βλ. Τζωρακολευθεράκης Ζαχαρίας «Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1999, σελ. 62 – 65

Για τις επιστροφές, πρέπει να προβλεφθούν οι κατάλληλοι χώροι, μέσα ή κοντά στο τμήμα της κουζίνας και ειδικότερα:

1. Χώρος με ψυκτική εγκατάσταση για τα απορρίμματα (ψυγείο σκουπιδιών).
2. Χώρος για τα κενά συσκευασίας (κιβώτια, φιάλες).
3. Χώρος για το πλύσιμο των σκευών.

1.7.2 Καταμερισμός Χώρων

Στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, το 30 – 50% του συνολικού χώρου της τραπεζαρίας πρέπει να διατίθεται για την εγκατάσταση της κουζίνας. Αυτό, βέβαια, είναι κατά προσέγγιση και εξαρτάται τόσο από παράγοντες που έχουν αναλυθεί παραπάνω όσο και από τον τύπο της επιχείρησης, την εξυπηρέτηση άλλων εστιατορίων και / ή εκδηλώσεων, τη μορφή των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί σαν βάση ο αριθμός του απαιτούμενου χώρου είναι να χρησιμοποιηθεί σαν βάση ο αριθμός των γευμάτων που πρόκειται να παράγονται στην κουζίνα¹⁹.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΩΡΩΝ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

Αριθμός γευμάτων	200	400	800	1300
Τετραγωνικά μέτρα / γεύμα	0.5 – 0.6	0.4 – 0.6	0.35 – 0.5	0.20 – 0.35
Σύνολο κουζίνας σε m ²	100 – 60	160 – 240	280 – 400	260 – 455
Σύνολο αποθήκης σε m ²	30 – 48	42 – 62	56 – 80	47 – 84

Ένας πρόσθετος προσδιοριστικός παράγοντας των απαιτήσεων σε χώρους είναι ο μέγιστος αριθμός γευμάτων που πρέπει να παραχθούν σε ένα δεδομένο χρονικό διάστημα.

¹⁹ Βλ. Τζωρακολευθεράκης Ζαχαρίας «Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1999, σελ. 67 – 70

Σε κάθε περίπτωση, οι διαστάσεις της κουζίνας δεν θα πρέπει να είναι μικρότερες από την ελάχιστη διάσταση του παραπάνω πίνακα για να είναι δυνατή η αποτελεσματική και αποδοτική λειτουργία της κουζίνας.

Κατά το σχεδιασμό τοποθέτησης του εξοπλισμού σε σχέση με το χώρο της κουζίνας, υπολογίζουμε το 30% του χώρου για εξοπλισμό και το 70% για χώρο εργασίας (διακίνηση εργαζομένων, εμπορευμάτων, φαγητών, επιστροφών). Το πλάτος των διαδρομών υπολογίζεται από 0,90 μέχρι 1 μέτρο. Στην περίπτωση που χρησιμοποιούνται τρόλεϊ υπολογίζουμε 1,35 μέχρι 1,50 μέτρα. Αν τα τρόλεϊ διασταυρώνονται τότε υπολογίζουμε 1,75 μέχρι 2 μέτρα.

Οι υπερβολικά μεγάλοι χώροι δεν διευκολύνουν το έργο της παραγωγής, αντίθετα, δαπανάται χρόνος και ενέργεια για τις μετακινήσεις του προσωπικού και τις μεταφορές των πρώτων υλών και / ή φαγητών σε μεγάλες αποστάσεις. Επιπλέον, οι μεγάλες αποστάσεις εμποδίζουν την εποπτεία και έλεγχο της εργασίας κατά τη διαδικασία της παραγωγής και δημιουργείται αυξημένο κόστος για την καθαριότητα, τη θέρμανση, το φωτισμό και τη συντήρηση του χώρου.

ΚΑΤΑΜΕΡΙΣΜΟΣ ΧΩΡΩΝ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

Περιγραφή χώρων	500 γεύματα	1000 γεύματα	2000 γεύματα
Ζεστή κουζίνα	180 τ.μ.	200 τ.μ.	215 τ.μ.
Κρύα κουζίνα και χώρος προετοιμασίας λαχανικών	32 τ.μ.	40 τ.μ.	60 τ.μ.
Χώρος ψύξης	6.5 τ.μ.	18.3 τ.μ.	37.8 τ.μ.

Εργονομικές διαστάσεις χώρων κουζίνας:

60 – 80 cm Απαιτούμενος χώρος για έναν εργαζόμενο μπροστά από ένα τραπέζι εργασίας, νεροχύτη ή εστία.

1.20 – 1.40 μ. Απαιτούμενος χώρος μπροστά από μηχανήματα με ανοιγόμενες πόρτες ή ανατρεπόμενα μηχανήματα.

75 cm Ελάχιστο πλάτος για διαδρόμους εργασίας.

1.5 μ. Ελάχιστο πλάτος για διαδρόμους κυκλοφορίας.

1 – 1.5 μ. Πλάτος που επιτρέπει να περάσουν 2 άτομα.

- 1.5 – 1.8 μ. Πλάτος που επιτρέπει να περάσει ένα τρόλεϊ δίπλα από ένα άτομο.
- 1.5 – 1.8 μ. Πλάτος που επιτρέπει να περάσει ένα τρόλεϊ μεταξύ 2 ατόμων που εργάζονται πλάτη με πλάτη.
- 90 cm Ελάχιστη απόσταση μεταξύ μηχανημάτων και τραπεζιών εργασίας.
- 1 – 1.2 μ. Ελάχιστη απόσταση μπροστά από μηχανήματα ψησίματος, όπου τα φαγητά μεταφέρονται με τρόλεϊ.
- 80 – 90 cm Ελάχιστη απόσταση για να κυκλοφορήσει ένα άτομο κρατώντας δίσκο.

1.7.3 Αποθήκη Ημέρας – Ψυκτικοί Θάλαμοι Κουζίνας

Με τον όρο «αποθήκη ημέρας» εννοούνται οι αποθηκευτικοί χώροι της κουζίνας στους οποίους διατηρείται ένα απόθεμα πρώτων υλών, ικανό να καλύψει τις λειτουργικές ανάγκες της κουζίνας για ένα μικρό χρονικό διάστημα (συνήθως 2 – 3 ημερών).

Οι ανάγκες της κουζίνας σε αποθηκευτικούς χώρους είναι συνήθως:

- Αποθήκη τροφίμων για τα είδη παντοπωλείου.
- Κάβα ημέρας (για τα κρασιά).
- Χώρος για τα υλικά καθαριότητας.

Σε ότι αναφορά του ψυκτικούς θαλάμους της κουζίνας απαιτείται προσεκτική οργάνωση για λόγους που σχετίζονται τόσο με την εξασφάλιση κατάλληλων συνθηκών συντήρησης των διαφορετικών ομάδων τροφίμων και τους υγειονομικούς περιορισμούς, όσο και με την αποτελεσματική λειτουργία της επαγγελματικής κουζίνας. Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται στη μαζική παραγωγή (κρέατα, ψάρια, λαχανικά, γαλακτοκομικά προϊόντα κ.ά.), όπως και τα μαγειρεμένα φαγητά απαιτούν ειδικούς χώρους αποθήκευσης και κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας.

Οργανωμένες επαγγελματικές κουζίνες πρέπει να διαθέτουν:

- Ψυκτικό θάλαμο για τη συντήρηση φρέσκων κρεάτων και πουλερικών.
- Ψυκτικό θάλαμο για φρούτα και λαχανικά.
- Ψυκτικό θάλαμο για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά.
- Ψυκτικό θάλαμο για τη συντήρηση των εδεσμάτων στις διάφορες φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας.
- Μικρό ψυκτικό θάλαμο για φρέσκα ψάρια.
- Ψυγείο στο χώρο του μπουφέ.

- Κατάψυξη εδεσμάτων (όταν συστηματικά ή περιστασιακά, η επιχείρηση διατηρεί μαγειρεμένα φαγητά στην κατάψυξη).

1.8 Εξοπλισμός Μαζικής Παραγωγής Φαγητών

1.8.1 Ελαφρύς Εξοπλισμός Κουζίνας

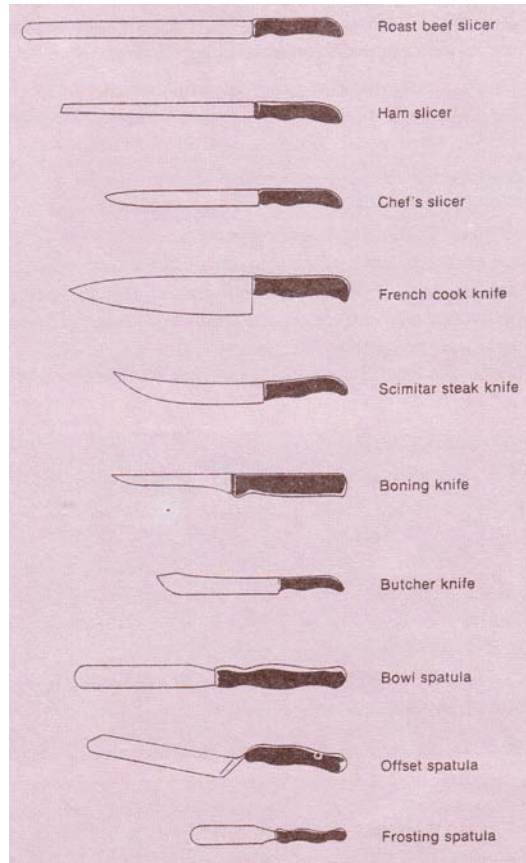
Εργαλεία της κουζίνας / ατομικά εργαλεία

Παρά τη μεγάλη εξέλιξη που έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια στους εξοπλισμούς μαζικής παραγωγής, ένα μεγάλο μέρος των εργασιών της κουζίνας γίνονται με την χρησιμοποίηση εργαλείων χεριών. Τα υλικά από τα οποία είναι φτιαγμένα έχουν αλλάξει εξαιτίας των εξελίξεων στην τεχνολογία των υλικών.

Η επιλογή των εργαλείων είναι θέμα προσωπικής επιλογής του chef και δεν υπάρχουν αυστηροί κανόνες που να προσδιορίζουν το καλύτερο σχήμα ή μέγεθος των ατομικών εργαλείων.

Τα προσωπικά εργαλεία του chef και του προσωπικού της κουζίνας είναι σχετικά λίγα σε αριθμό και απ' αυτά, τα σπουδαιότερα είναι τα μαχαίρια. Το προσωπικό της κουζίνας χρειάζεται διάφορα μεγέθη μαχαιριών για το κόψιμο των λαχανικών, τον τεμαχισμό χονδροτεμαχίων, φιλέτων, ψαριών κ.λπ.²⁰.

²⁰ Βλ. Τζωρακολευθεράκης Ζαχαρίας «Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1999, σελ. 91 – 93



Παρουσίαση Μαχαιριών

Λοιπά εργαλεία και σκεύη

- Ακονιστήρι μαχαιριών από ανοξείδωτο χάλυβα.
- Ειδικό πιρούνι για το κράτημα των τεμαχίων κρέατος κατά τον τεμαχισμό.
- Εργαλεία ξεφλούδισματος (παρά το γεγονός ότι σε πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούνται ειδικά μηχανήματα για το ξεφλούδισμα νωπών λαχανικών, η χρήση μικρών εργαλείων είναι απαραίτητη).
- Κόπτης μαϊντανού, και διάφορα άλλα εργαλεία τεμαχισμού λαχανικών, μαλακών και σκληρών τυριών, αυγών, μήλων κ.λπ.
- Σύρμα (φουέ στην ξενοδοχειακή ορολογία), σε διάφορα μεγέθη.
- Κουτάλες σε διάφορα μεγέθη και σχήματα (τρυπητές, ξύλινες, βαθιές, σερβιρίσματος κ.λπ.)

- Σπάτουλες σε διάφορα μεγέθη και σχήματα.
- Ειδικές επιφάνειες τεμαχισμού ή Ξύλα κοπής
- Επίσης, στα εργαλεία της κουζίνας περιλαμβάνονται ειδικά ψαλίδια, bats, κόσκινο, θερμομέτρα, μικρές ζυγαριές, ανοιχτήρια κονσερβών, ειδικά εργαλεία για την αφαίρεση των σπόρων από φρούτα και λαχανικά κ.ά.
- Ειδικός εξοπλισμός για το κρέμασμα του κρέατος.
- Ειδικά δοχεία για τη φύλαξη τροφίμων.
- Κινητά δοχεία για τη φύλαξη πρώτων υλών.

Μαγειρικά σκεύη

- Κατσαρόλες σε διάφορα μεγέθη και σχήματα.
- Τηγάνια σε διάφορα μεγέθη και σχήματα.
- Λαμαρίνες και ταψιά φούρνου σε διάφορα μεγέθη και σχήματα.
- Σουρωτήρια.
- Ειδικά σκεύη για την παρασκευή και ψήσιμο γλυκών.



1.8.2 Βαρύς Εξοπλισμός Κουζίνας

1. Κουζίνα (εστία)

Η επάνω επιφάνεια της κουζίνας (εστίας) αποτελείται από πολλά στοιχεία – 4, 6 ή 8 πλάκες – ανάλογα με το μέγεθος και τις απαιτήσεις της παραγωγής, και με ανεξάρτητη λειτουργία το κάθε στοιχείο. Το κάτω μέρος της κουζίνας αποτελείται από ένα ή δύο φούρνους καθώς και θερμοθάλαμο.

Κατασκευάζεται από ανοξείδωτο χάλυβα.

Λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο.

Η κουζίνα αερίου αποτελείται από 2, 4 ή 6 ανοικτές εστίες με ισχυρά φλόγιστρα ή πλάκες έμμεσα θερμαινόμενες.



Κουζίνα αερίου με έξι εστίες.

Ηλεκτρική κουζίνα με τέσσερις εστίες.



2. Βραστήρας και βραστήρας ατμού (marmite)

Χρησιμοποιείται για το βράσιμο μεγάλων ποσοτήτων τροφίμων. Αποτελείται από έναν κάδο του οποίου ο πυθμένας θερμαίνεται κατά τρόπο άμεσο. Το άδειασμα του υγρού πραγματοποιείται από το κάτω μέρος του μηχανήματος και η παροχή νερού γίνεται με ένα διακόπτη που υπάρχει πάνω από το μηχάνημα για το γέμισμα του κάδου.

Ο βραστήρας μπορεί να είναι σταθερός ή ανατρεπόμενος. Η δυναμικότητα του είναι από 50 μέχρι 300 λίτρα και λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο.

Με το βραστήρα ατμού μαγειρεύονται κυρίως μεγάλες ποσότητες λαχανικών. Ο βραστήρας ατμού έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με το παραδοσιακό βραστήρα και επιπλέον:

- το πάχος των τοιχωμάτων και του πυθμένα του κάδου είναι μεγαλύτερο
- το σκέπασμά του σκεύους κλείνει ερμητικά.
- Ο έλεγχος της πίεσης πραγματοποιείται με βαλβίδα ασφαλείας.
- Το μαγείρεμα πραγματοποιείται πιο γρήγορα.



Βραστήρας

3. Ανατρεπόμενο τηγάνι

Είναι ένα απαραίτητο είδος εξοπλισμού για τις ανάγκες της μαζικής παραγωγής. Χρησιμοποιείται όπως το κλασικό τηγάνι και αποτελείται από ένα κάδο με μικρό βάθος. Είναι κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα και λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο. Υπάρχει θερμοστάτης, για τον έλεγχο της θερμοκρασίας, βαλβίδα ασφαλείας, διακόπτης και αυτόματη ή χειροκίνητη ανατροπή.



Ανατρεπόμενο τηγάνι

4. Φούρνος κουζίνας και φούρνος ζαχαροπλαστικής αρτοποιίας

Ο φούρνος κουζίνας μπορεί να είναι ανεξάρτητη μονάδα ή να αποτελεί το κάτω μέρος της εστίας, λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο.

Ο φούρνος ζαχαροπλαστικής – αρτοποιίας δεν παρουσιάζει μεγάλες διαφορές από το φούρνο της κουζίνας. Αποτελείται από έναν ή περισσότερους θαλάμους, ανάλογα με τις απαιτήσεις της επιχείρησης.



Μονάδα φούρνου

5. Φούρνος ατμού / κυκλοθερμικός (steamer)

Διαθέτει πρόγραμμα μαγειρέματος: με θερμό αέρα, με ατμό, με συνδυασμό θερμού αέρα / ατμού, χαμηλό σε θερμοκρασία – ατμό για ήπιο ψήσιμο, για αεροστεγώς συσκευασμένα τρόφιμα, για ξεπάγωμα και ξαναζέσταμα προ – μαγειρεμένων φαγητών. Λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο.



Φούρνος ατμού (steamer)

6. Φριτούρα

Η φριτούρα είναι συσκευή σχετικά σύνθετη και εξαιρετικά αποτελεσματική κατά τη χρήση της. Αποτελείται από ένα ή περισσότερα δοχεία μέσα στα οποία τοποθετούνται τα ειδικά συρμάτινα καλάθια. Στο κάτω μέρος των δοχείων υπάρχει ψυχρή ζώνη για τη συλλογή των υπολειμμάτων. Θερμαίνεται με ηλεκτρισμό ή αέριο και η θερμοκρασία της ρυθμίζεται με θερμοστάτη. Κατασκευάζεται από ανοξείδωτο χάλυβα.



Φριτούρα

7. Σαλαμάνδρα

Είναι ένα είδος ανοικτού φούρνου, συνήθως μικρού μεγέθους και χρησιμοποιείται για το ψήσιμο κάθε είδους φαγητού. Η παρεχόμενη υψηλή θερμοκρασία ακτινοβολεί στην επιφάνεια του φαγητού και επιτυγχάνει τη δημιουργία κρούστας.



Σαλαμάνδρα

Η σαλαμάνδρα, πρόσθετος / συμπληρωματικός εξοπλισμός μεγάλης και οργανωμένης κουζίνας, τοποθετείται κοντά στους φούρνους και τους συμπληρώνει.

8. Λεία πλάκα

Είναι αρκετά πρακτική συσκευή στη μαζική παραγωγή. Λειτουργεί με ηλεκτρισμό ή αέριο και χρησιμοποιείται για το ψήσιμο αυγών, steaks, hamburgers κ.ά. Αποτελείται από μία ή δύο αυτόνομες επιφάνειες για ψήσιμο με διαφορετικές θερμοκρασίες. Στο κάτω μέρος υπάρχει θερμοθάλαμος.



Λεία πλάκα

9. Bain – marie

Ο εξοπλισμός αυτός καταλαμβάνει συνήθως το επάνω μέρος μιας θερμοτράπεζας, ή αποτελεί αυτοδύναμη μονάδα. Αποτελείται από ένα θερμαινόμενο δοχείο με νερό ή ατμό, μέσα στο οποίο τοποθετούνται ειδικά σκεύη για τη διατήρηση των ζεστών φαγητών. Ανάλογα με τις ποσότητες και τα είδη των φαγητών που επιθυμούμε να διατηρήσουμε ζεστά, επιλέγουμε το κατάλληλο μέγεθος, αριθμό ή βάθος των ειδικών δοχείων. Η θερμοκρασία του bain – marie ρυθμίζεται με θερμοστάτη. Η θερμοτράπεζα χρησιμοποιείται για τη φύλαξη των πιάτων και άλλων σκευών που πρέπει να τοποθετηθούν ζεστά στο τραπέζι κατά το σερβίρισμα.



Bain – marie

10. Σχάρα

Η σχάρα επιτρέπει το ψήσιμο με την άμεση επαφή. Τα θερμαντικά στοιχεία έχουν μια υψηλή θερμοκρασία και πάνω τους τοποθετείται το τρόφιμο για ψήσιμο. Τα στοιχεία αυτά της επαφής είναι ράβδοι από ειδικό μείγμα μετάλλων.



11. Θερμοθάλαμος

Πρόκειται για ντουλάπια, ύψους μέχρι 1.7 μέτρα, μέσα στα οποία διατηρούνται ζεστά τα εδέσματα μέχρι να σερβιριστούν. Είναι αντίστοιχα των θαλάμων – ψυγείων για τη διατήρηση των κρύων παρασκευών.

12. Φούρνος μικροκυμάτων

Η χρήση μικροκυμάτων στην κουζίνα αποτελεί, τα τελευταία χρόνια, επαναστατική εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας και διαφέρει τελείως από την παραδοσιακή μέθοδο ψήσιματος, λόγω της διαφορετικής μορφής ενέργειας που χρησιμοποιείται.

Με την συνηθισμένη μέθοδο μαγειρέματος, η θερμότητα διεισδύει στο τρόφιμο που ψήνεται απ' έξω προς το κέντρο της μάζας του. Με τη χρήση μικροκυμάτων, η ενέργεια, με τη μορφή ηλεκτρομαγνητικών κυμάτων, διεισδύει απ' ευθείας στο κέντρο της μάζας του τροφίμου με συχνότητα 2.450 χιλιοκύκλους ανά δευτερόλεπτο με αποτέλεσμα, τα μόρια του νερού που υπάρχουν στο τρόφιμο να υποβάλλονται σε παλμική κίνηση και να επιτυγχάνεται το ομοιόμορφο ψήσιμό του.

Τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν οι φούρνοι μικροκυμάτων είναι:

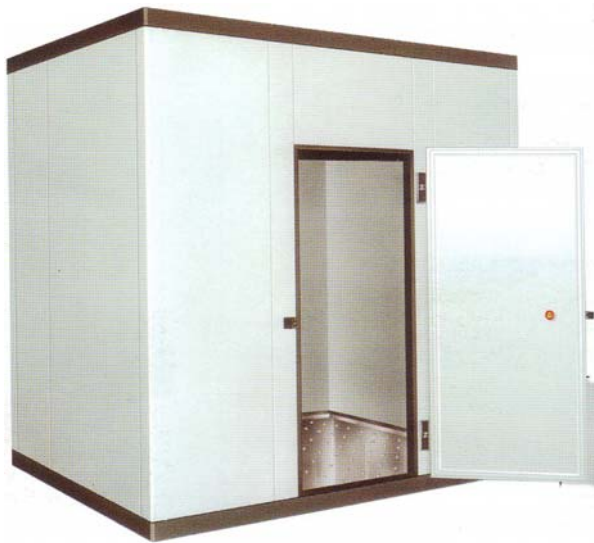
- κατεψυγμένες τροφές αποψύχονται σε δευτερόλεπτα.
- Προψήνουν και ψήνουν φαγητά σε ελάχιστο χρόνο.
- Επιταχύνουν το χρόνο εξυπηρέτησης.
- Μειώνουν το προσωπικό κουζίνας.
- Καταλαμβάνουν λιγότερο χώρο.
- Είναι απλοί στη χρήση.

13. Ψυγεία

Στους χώρους της κουζίνας πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα σε μέγεθος και αριθμό ψυγεία για την άνετη και ασφαλή αποθήκευση των υλικών και τροφίμων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Ειδικότερα πρέπει να υπάρχουν:

- ψυγείο και κατάψυξη κρέατος
- ψυγείο ψαριών.
- Ψυγείο ημέρας στο χώρο της κουζίνας (με χωριστούς χώρους για φρούτα και λαχανικά, γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, και εδέσματα)
- Ψυγείο στο χώρο του μπουφέ.

Επίσης, τοπικά ψυγεία στο χώρο του ζαχαροπλαστέιου είναι πλεονέκτημα.



Ψυκτικός θάλαμος



Ψυγεία



Λοιπά είδη εξοπλισμού

Άλλα απαραίτητα είδη εξοπλισμού κουζίνας είναι:

- πλυντήριο σκευών εστιατορίου
- μηχανή παγοκύβων
- τραπέζια εργασίας
- πατατοκαθαριστής
- κορδέλα κοπής κατεψυγμένων κρεάτων – ψαριών
- μηχανή κοπής κρέατος σε κιμά, φέτες και κύβους
- μηχανή κοπής λαχανικών
- μηχανή κοπής αλλαντικών
- mixer
- ζυγαριά
- κινητά δοχεία για την αποθήκευση και μεταφορά διάφορων πρώτων υλών.
- Ειδικά συρτάρια για την τοποθέτηση των μαχαιριών, χωριστά σε κάθε τμήμα της κουζίνας.
- Συρτάρια και σκευοθήκες για τη φύλαξη των μικρών εργαλείων
- Σκευοθήκες για φύλαξη ποτηριών, δίσκων, πιάτων και πιατέλων
- Νεροχύτες (από ανοξείδωτο χάλυβα για το πλύσιμο των λαχανικών, κρεάτων, σκευών κ.ά.)



Επαγγελματικό πλυντήριο



Πλυντήριο Πιάτων



Πλυντήριο Σκευών



Παγομηχανή

1.9 Πλυντήρια – Λινοθήκες

1.9.α. Πλυντήριο

Το πλυντήριο αποτελείται από τα εξής μηχανήματα:

- 2 πλυντήρια 97 kg (λειτουργούν με ατμό)
- 1 πλυντήριο 260 kg (λειτουργεί με ατμό)
- 1 πλυντήριο 18 kg (λειτουργεί με ατμό)
- 1 κύλινδρος (λειτουργεί με λάδι)
- 1 διπλωτική πετσέτας (λειτουργεί με αέρα)
- 4 φούρνους (2X175kg, 1X180kg, 1X80kg) (λειτουργούν με υγραέριο)
- 1 πρέσσα (λειτουργεί με ατμό)
- 1 dry clean
- 1 σίδερο χειρός
- 1 επαγγελματικό σίδερο

Επίσης υπάρχουν:

- Ζυγαριά ακριβείας
- Νεροχύτες για το πλύσιμο των ρούχων των πελατών.
- Καρότσια με ανοξείδωτο πλέγμα για να αερίζονται τα ρούχα σωστά
- Πλαστικά καρότσια για την μεταφορά των καθαρών ρούχων
- Υφασμάτινα καρότσια για την μεταφορά των καθαρών ρούχων
- Ξύλινο κιβώτιο (μεγάλο) με τρύπες στο πλάι και κάτω όπου τοποθετούνται τα άπλυτα ρούχα.
- Ράφια για την τοποθέτηση του καθαρού ιματισμού.

Ο ιματισμός πριν πλυθεί ζυγίζεται ώστε ν' ανταποκρίνεται στην αυτόματη σωστή αναλογία του απορρυπαντικού, σύμφωνα με το πρόγραμμα πλύσης. Τα λινά βγαίνουν από τα πλυντήρια στυμμένα και μεταφέρονται για σίδερο στον κύλινδρο αφού γίνει η σωστή προετοιμασία / άνοιγμα στο μεγάλο τραπέζι.

Ο κύλινδρος τα βγάζει έτοιμα – διπλωμένα και τακτοποιούνται σε στίβες στα ράφια για να μεταφερθούν στους ορόφους.

Όσο αφορά στα χνουδάτα, αφού βγουν στυμμένα από το πλυντήριο μεταφέρονται στους φούρνους για στέγνωμα.

Όταν στεγνώσουν τα περνάμε στη διπλωτική και τακτοποιούνται με την σειρά τους στα ράφια.

1.9.β. Ρούχα Πελατών

Υπάρχει έντυπο στα δωμάτια πελατών που συμπληρώνεται από τον πελάτη (τριπλότυπο). Ελέγχεται πρώτα από την καμαριέρα για τον σωστό αριθμό δωματίου και ρούχων, στη συνέχεια ελέγχεται από την προϊσταμένη και πηγαίνουν στο πλυντήριο. Αφού ετοιμαστούν το ένα χαρτί επιστρέφεται στον πελάτη, το άλλο στην Reception και το τρίτο στην Προϊσταμένη.

Είναι ο χώρος που αποθηκεύουμε τα καινούργια λινά του ξενοδοχείου καταμετρημένα και γραμμένα στο βιβλίο λινόθηκης.

Το βιβλίο αυτό περιέχει:

- Τον ιματισμό που παραλαμβάνουμε
- Τον ιματισμό που δίνουμε σε κίνηση
- Την απογραφή στο τέλος της κάθε σαιζόν

Φθαρμένος και κατεστραμμένος ιματισμό αφαιρείται κατά την διάρκεια του χρόνου (αφού μαρκαριστεί) και συγκεντρώνεται σε ειδικές αποθήκες για να χρησιμοποιηθεί για άλλες χρήσεις του ξενοδοχείου.

1.9.γ. Περιεχόμενο Καροτσιού

Το καρότσι των καμαριέρων περιέχει τα εξής:

- Εύλινες θήκες για τα amenities στο πάνω ράφι δεξιά
- Σεντόνια στο πάνω ράφι αριστερά
- Χαρτιά υγείας & φάκελοι (directory) στο δεύτερο ράφι
- Πετσέτες δωματίου στο τελευταίο ράφι
- Σακούλα σκουπιδιών και υφασμάτινος σάκος στα πλαϊνά

1.9.δ. Περιεχόμενο Office

- Τουαλέτα
- Νεροχύτης

- Ράφια (room service – amenities – χαρτιά υγείας – σακούλες μεγάλες & μικρές)
- Καρότσι καμαριέρας
- Ντουλάπες για την αποθήκευση ιματισμού
- Ντουλάπι για την αποθήκευση υλικών καθαρισμού
- Ράντζα και baby cot

Κεφάλαιο 2

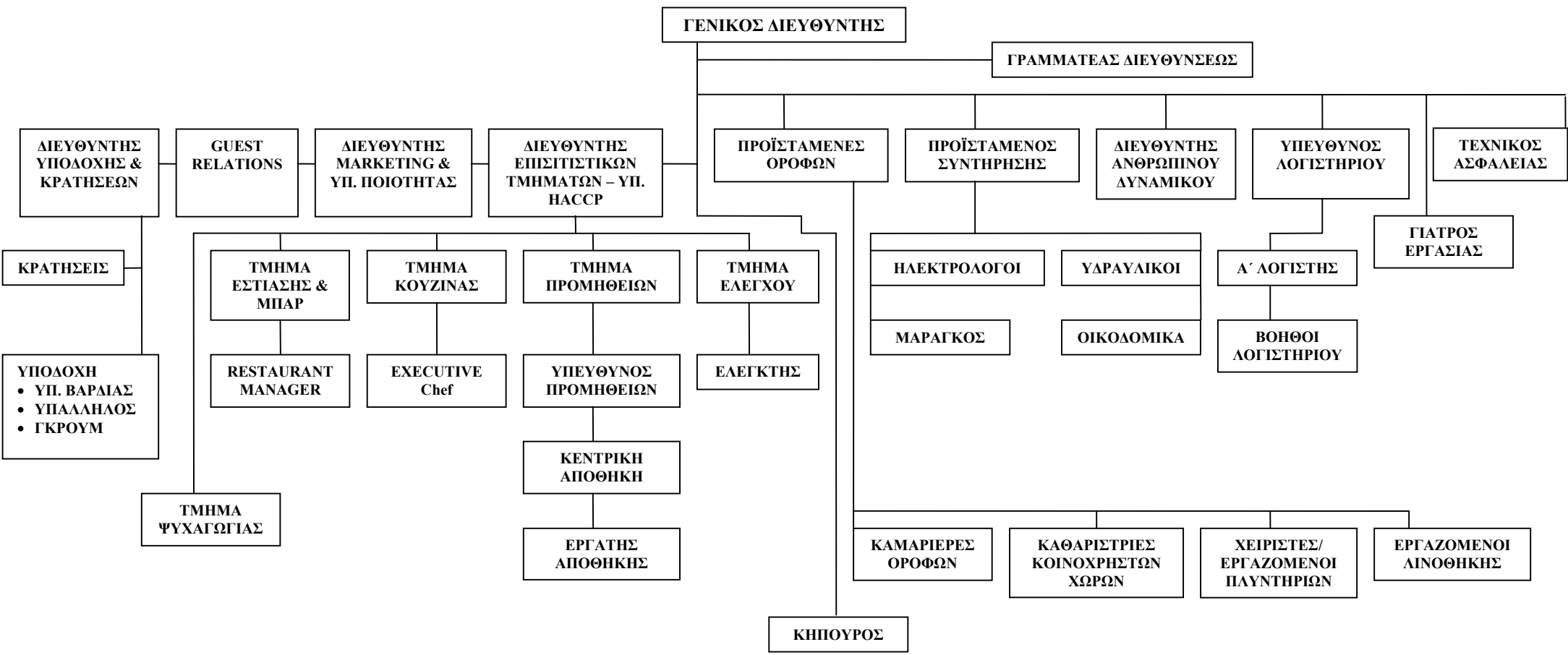
Προσωπικό

2.1 Παρουσίαση Ξενοδοχείου

Όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χρειάζονται μια τυπική δομή για να φέρουν σε πέρας την αποστολή και τους στόχους τους. Μια συνηθισμένη μέθοδος παρουσίασης της δομής των ξενοδοχείων και των σχέσεων μεταξύ των διαφόρων θέσεων εργασίας είναι το οργανόγραμμα. Το οργανόγραμμα είναι η σχηματική παρουσίαση των σχέσεων μεταξύ των θέσεων σε μία επιχείρηση. Δείχνει που ταιριάζει κάθε θέση στο σύνολο της επιχείρησης, καθώς και που βρίσκονται τα τμήματα υπευθυνότητας και οι γραμμές δικαιοδοσίας.

Το οργανόγραμμα πρέπει να είναι ευπροσάρμοστο και να αναθεωρείται ετησίως ή και συχνότερα αν οι εργασιακές συνθήκες αλλάξουν σημαντικά. Ένα αντίγραφο του οργανογράμματος πρέπει να διανέμεται σε όλα τα τμήματα. Επειδή κανένα τουριστικό κατάλυμα δεν είναι ίδιο, οι οργανωτικές δομές πρέπει να προσαρμόζονται στις ανάγκες της κάθε επιχείρησης χωριστά.

Παρακάτω ακολουθούν οργανογράμματα που δείχνουν την πιθανή οργάνωση ενός ξενοδοχείου.



2.2 Καταμερισμός των Λειτουργιών του Ξενοδοχείου

Τα τμήματα ή κλάδοι εκμετάλλευσης ενός ξενοδοχείου μπορούν να ταξινομηθούν σε *κερδοφόρα* ή *υποστήριξης*. Ένα κερδοφόρο τμήμα πουλάει αγαθά ή υπηρεσίες στους πελάτες και παράγει έσοδα για το ξενοδοχείο. Τυπικά παραδείγματα κερδοφόρων τμημάτων είναι η Υποδοχή, τα επισιτιστικά, τα καταστήματα και το Room Service. Τα τμήματα υποστήριξης περιλαμβάνουν το Λογιστήριο, την Συντήρηση, το Housekeeping και την Διεύθυνση. Τα παραπάνω τμήματα δεν δημιουργούν απευθείας έσοδα, αλλά υποστηρίζουν τα κερδοφόρα κέντρα του ξενοδοχείου.

Μια άλλη ταξινόμηση των τομέων προσφοράς υπηρεσιών των κλάδων εκμετάλλευσης ενός ξενοδοχείου είναι σε *υπηρεσίες άμεσης εξυπηρέτησης* και σε *υπηρεσίες έμμεσης εξυπηρέτησης πελατών*. Οι υπηρεσίες άμεσης εξυπηρέτησης είναι εκείνες στις οποίες οι υπάλληλοι έχουν διαρκή επαφή με τον πελάτη, όπως τα επισιτιστικά τμήματα και η Υποδοχή. Στις υπηρεσίες έμμεσης εξυπηρέτησης, το προσωπικό δεν έχει απευθείας επαφή με τον πελάτη, όπως το Λογιστήριο, η Συντήρηση, η Κουζίνα, το Πλυντήριο και οι Αποθήκες.

2.2.1 Γενικός Διευθυντής (General Manager)

Ως ξενοδόχος θεωρείται το πρόσωπο στο όνομα του οποίου εκδίδεται η άδεια λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Ως διευθυντής της ξενοδοχειακής επιχείρησης αφετέρου θεωρείται αυτός στο όνομα του οποίου εκδίδεται η άδεια, ή το πρόσωπο που υποδεικνύεται από αυτόν και που στην συνέχεια φέρει και όλες τις ευθύνες του ξενοδόχου. Ο ξενοδόχος/ διευθυντής πρέπει να διαθέτει τα εξής προσόντα:

- α. Να γράφει και να διαβάζει με ευχέρεια την ελληνική.
- β. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού ή να έχει εργαστεί ως ανώτερος υπάλληλος σε ξενοδοχείο επί τουλάχιστον 3 χρόνια.
- γ. Να μην καταδικάστηκε σε εγκληματική ποινή ή σε επανορθωτική για αδικήματα.
- δ. Να μην πάσχει από μεταδοτικό νόσημα ή από άλλη πάθηση, η οποία τον καθιστά ανίκανο ή ακατάλληλο για την εξάσκηση του επαγγέλματος του ξενοδόχου / διευθυντή, σύμφωνα με την γνώμη της Επιτροπής που είναι αρμόδια για την χορήγηση του σήματος λειτουργίας των ξενοδοχείων.

ε. Όταν πρόκειται για ξενοδοχείο πολυτελείας και Α' τάξεως να μπορεί να συνεννοείται με ευχέρεια σε μια από τις γλώσσες γαλλική, γερμανική, αγγλική ή ιταλική ή να διατηρεί στην υπηρεσία του πρόσωπο ικανό γι' αυτό.

Με νέα διάταξη καθορίστηκε ότι όποιος επρόκειτο να ασκήσει το ξενοδοχειακό επάγγελμα ως υπεύθυνος διευθυντής της επιχείρησης για πρώτη φορά, πρέπει να έχει την σχετική άδεια του ΕΟΤ. Αυτή μπορεί να χορηγηθεί μόνο εφόσον ο επιχειρηματίας είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή παρακολούθησε κανονικά ειδική σειρά μορφωτικών διαλέξεων ή ομιλιών. (Πρόκειται για μορφωτικές διαλέξεις και ομιλίες που, από το ίδιο νομοθετικό διάταγμα, προβλέφθηκε να οργανώνονται από την Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών στις αίθουσές της). Οι προϋποθέσεις αυτές καθορίστηκαν εφόσον πρόκειται για διεύθυνση επιχείρησης κατηγορίας πολυτελείας, Α', Β' και Γ' τάξεως σε πόλεις με πληθυσμό πάνω από 15.000 κατοίκους.

Ο ΕΟΤ στα δικαιολογητικά που ζητάει για την έκδοση άδειας λειτουργίας ξενοδοχείου περιλαμβάνει και πτυχίο Ανωτέρας Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών.

Σε περίπτωση που πρόκειται για υπεύθυνο διευθυντή ξενοδοχειακής επιχείρησης με μορφή Α.Ε., εκτός από τα παραπάνω χρειάζεται και απόσπασμα πρακτικών συνεδρίασης του Δ.Σ. με το οποίο πιστοποιείται ότι έχει ληφθεί απόφαση για την πρόσληψη του συγκεκριμένου υπεύθυνου διευθυντή.

Οι ξενοδόχοι οι οποίοι ασκούν τα ξενοδοχειακά τους καθήκοντα με διευθυντή, απαλλάσσονται από την υποχρέωση να διαθέτουν τα παραπάνω προσόντα. Πρέπει δηλαδή και αυτοί να μην βαρύνονται με καταδίκες για εγκληματική ποινή ή για τα ειδικά αδικήματα. Οι διευθυντές, αντίθετα πρέπει να διαθέτουν όλα τα παραπάνω προσόντα.

Ο διευθυντής εξουσιοδοτείται από τους ιδιοκτήτες για να εκπροσωπεί τα συμφέροντα τους. Τα καθήκοντα του συμπεριλαμβάνουν σχεδιασμό, οργάνωση, συντονισμό, εποπτεία προσωπικού, διοίκηση και έλεγχο όλων των τμημάτων. Συμμετέχει επίσης, στο Μάρκετινγκ της μονάδας, μιας και αυτό έχει να κάνει πολλές φορές με δαπάνες. Εκεί που συμμετέχει ενεργά και σε μεγάλο βαθμό είναι οι Δημόσιες Σχέσεις, η Τιμολογιακή Πολιτική, η έγκριση δαπανών για μια διαφημιστική καμπάνια. Το Μάνατζμεντ της μονάδας είναι το βασικό του καθήκον. Είναι υπεύθυνος για όλες τις λειτουργίες του Μάνατζμεντ, στην συγκέντρωση και ενημέρωση από μέρους του των Προϊσταμένων, στην καλή επικοινωνία με το προσωπικό της μονάδας. Η διαδικασία του Μάνατζμεντ θα είναι πιο αποτελεσματική,

εάν ο εκάστοτε Manager, ακολουθήσει την αποκεντρωτική εξουσία. Τέλος, είναι υπεύθυνος για την τήρηση της επιχειρηματικής πολιτικής και για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

2.3 Υποδοχή

Οι λειτουργίες της Υποδοχής συμπεριλαμβάνουν κρατήσεις, αφίξεις, προσδιορισμό δωματίου και τιμής, εξυπηρέτηση πελατών, κατάσταση δωματίου, χρέωση και τακτοποίηση των λογαριασμών πελατών και δημιουργία ιστορικού αρχείου πελατών. Η Υποδοχή είναι υπεύθυνη για τον συντονισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες και την διασφάλιση της ικανοποίησής τους. Για να επιτευχθεί με τρόπο η ικανοποίηση υποδοχής, ειδικότητες και βάρδιες.

2.3.1 Οργάνωση της Υποδοχής

Στα μεγάλα ξενοδοχεία, η υποδοχή συχνά στελεχώνεται από πολλούς υπάλληλους, οι οποίοι επιτελούν διαφορετικές λειτουργίες. Αν κάθε υπάλληλος της υποδοχής είναι υπεύθυνος για ένα μόνο μέρος της διαμονής του πελάτη, το προσωπικό της Υποδοχής μπορεί να προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες. Αυτός ο διαχωρισμός των καθηκόντων μπορεί να μην είναι εφικτός στα μικρά ξενοδοχεία όπου είναι σύνηθες φαινόμενο ένας ή δύο υπάλληλοι να είναι υπεύθυνοι για όλες τις λειτουργίες της Υποδοχής.

Η Υποδοχή σε ένα μεγάλο ξενοδοχείο διαθέτει πολλές θέσεις, με σαφή διαχωρισμό των εργασιακών καθηκόντων. Αυτές συνήθως περιλαμβάνουν:

- Έναν προϊστάμενο- διευθυντή Υποδοχής (Rooms Division Manager- RDM), ο οποίος είναι υπεύθυνος για την καλή οργάνωση του και την κατεύθυνση του τρόπου εργασίας του τμήματος αυτού.
- Ένα υπάλληλο υποδοχής (Front desk agent), ο οποίος πραγματοποιεί τις αφίξεις και χειρίζεται το room rack.
- Έναν ταμιά (Front office cashier), ο οποίος χειρίζεται τα χρήματα, καταχωρεί χρεώσεις και φροντίζει για τις αναχωρήσεις των πελατών.
- Έναν τηλεφωνητή (Switchboard operator), ο οποίος χειρίζεται το τηλεφωνικό κέντρο και πραγματοποιεί τα εγερτήρια.
- Έναν υπάλληλο κρατήσεων (Reservations agent), ο οποίος καταχωρεί τις κρατήσεις και κρατάει αρχεία γι' αυτές.

- Έναν νυχτερινό υπάλληλο (Night auditor), ο οποίος ελέγχει την ορθότητα των καταχωρήσεων της Υποδοχής και συντάσσει καθημερινά μια περίληψη των οικονομικών στοιχείων του ξενοδοχείου.
- Ένα γκρουμ(Bell boy), το οποίο οδηγεί τους πελάτες στα δωμάτια και μεταφέρει τις αποσκευές τους.

2.4 Στόχοι και Στρατηγικές της Υποδοχής

Οι στόχοι και οι στρατηγικές του τμήματος της Υποδοχής υπάγονται (και υποστηρίζουν) στην αποστολή και τους σκοπούς του ξενοδοχείου. Για παράδειγμα, για να βοηθήσει το τμήμα Υποδοχής στην αύξηση του ποσοστού πληρότητας του ξενοδοχείου, ένας στόχος της θα μπορούσε να είναι να πείσει περισσότερους περαστικούς πελάτες να παραμείνουν στην επιχείρηση. Η στρατηγική για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι οι υπάλληλοι της Υποδοχής να βελτιώσουν τις τεχνικές πωλήσεων τους, με πληρέστερη και δελεαστικότερη περιγραφή των δωματίων και των προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες. Άλλοι στόχοι μπορεί να είναι η μείωση του απαιτούμενου χρόνου για την εξυπηρέτηση των πελατών κατά την άφιξη και η αποφυγή της διάσπασης της προσοχής των υπαλλήλων της Υποδοχής κατά την διάρκεια συνομιλίας με τους πελάτες. Η στρατηγική για να επιτευχθεί αυτό είναι να εξασφαλιστεί ότι οι ρεσεψιονίστ όταν εξυπηρετούν πελάτη δεν θα διακόπτονται από τηλεφωνήματα.

2.4.1 Προσωπικό της Υποδοχής

Το προσωπικό που στελεχώνει το τμήμα της Υποδοχής αποτελείται από τις παρακάτω ειδικότητες:

2.4.1.α. Διευθυντής / Προϊστάμενος Υποδοχής (*Rooms Division Manager – RDM*)

Συnergάζεται πολύ στενά με το front of the house, διακανονίζει το πλάνο των κρατήσεων, δίνει δωμάτια (allocation) στους πελάτες. Ο διευθυντής της Υποδοχής πρέπει να διαθέτει τα εξής προσόντα:

- α. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.

- β. Να έχει εργαστεί ως ανώτερος υπάλληλος σε ξενοδοχείο επί τουλάχιστον 3 χρόνια.
- γ. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.
- δ. Να διαθέτει τιμιότητα, μνήμη, εχεμύθεια, εμφάνιση, εξυπνάδα.
- ε. Να έχει τακτ και ικανότητες διπλωμάτη.

Είναι υπεύθυνος για τον συγκεκριμένο τρόπο εργασίας και τον συγκεκριμένο τρόπο σκέψης που θα ακολουθήσει το προσωπικό. Κατά κύριο λόγο επιβλέπει και μελετά διάφορες περιπτώσεις που μπορεί να αφορούν το τμήμα. Στα δύσκολα περιστατικά, που πολύ συχνά τυχάνουν στο τμήμα αυτό, πρέπει να είναι εκείνος που θα δώσει λύσεις. Επίσης, καθορίζει σε συνεργασία με τον Προϊστάμενο του Προσωπικού το πρόγραμμα εργασίας του προσωπικού του τμήματος της Υποδοχής. Συνεργάζεται άμεσα με το τμήμα των ορόφων, για την εξακρίβωση ύπαρξης κενών δωματίων, είτε για το εάν τα δωμάτια των αφίξεων, είναι έτοιμα. Επιπλέον, επιτηρεί το τμήμα των κρατήσεων. Βάσει των κρατήσεων που έχουν γίνει, συμβουλευεται το πλάνο του και δίνει δωμάτια στους πελάτες των οποίων οι αφίξεις είναι προγραμματισμένες. Όταν έρθει η ώρα να εγκαταλείψει την βάρδια του, αφήνει στο τμήμα της Υποδοχής έναν κατάλογο με τα ελεύθερα δωμάτια και με την ημερομηνία μέχρι την οποία αυτά είναι ελεύθερα. Επιπροσθέτως, είναι υπεύθυνος για την οργάνωση του τμήματος με τρόπο τέτοιο, ώστε να διευκολύνεται η δουλειά των υφισταμένων του, για να περιορίζονται στο ελάχιστο τα λάθη και να εξασφαλίζεται η άριστη εξυπηρέτηση.

Το τμήμα αυτό έχει άμεση επαφή με τον πελάτη, γι' αυτό η συμπεριφορά που υιοθετείται πρέπει να είναι φιλική, εξυπηρετική και γεμάτη υπομονή. Ο πελάτης άλλωστε είναι ο λόγος ύπαρξης μιας ξενοδοχειακής μονάδας²¹.

2.4.1.β. Υπάλληλος Υποδοχής (*Front Desk Agent*)

Ο υπάλληλος Υποδοχής πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- α. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.
- β. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών, έτσι ώστε να είναι σε θέση να συνεννοείται με τους πελάτες χωρίς δυσκολία.
- γ. Να είναι ευγενικός, εμφανίσιμος και πρόσχαρος με ετοιμότητα στις απαντήσεις και τον τρόπο σκέψης.

²¹ Βλ. Λαλούμης – Ρούπας «Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων», Αθήνα 1996, 42 – 46

Ο υπάλληλος υποδοχής είναι συνήθως εκείνος με τον οποίο έρχεται σε πρώτη επαφή ο πελάτης του ξενοδοχείου. Ένας νεόφερτος πελάτης δεν γνωρίζει τι προσφέρει η επιχείρηση, ενώ ένας τακτικός πελάτης πιθανόν να μην έχει πληροφορηθεί νέες υπηρεσίες ή επιλογές. Είναι λοιπόν καθήκον του ρεσεψιονίστ να ενημερώνει και να πουλάει στους πελάτες τα δωμάτια και τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, καθώς επίσης να τους παρουσιάζει επιλογές και εναλλακτικές λύσεις (π.χ. ειδικές προσφορές) και τέλος, να τους προσφέρει την βοήθειά του, προκειμένου να κάνουν την εκλογή τους.

Σε γενικές γραμμές ο ρεσεψιονίστ:

1. Κάνει προετοιμασία των αφίξεων.
2. Καθορίζει την κατάσταση κρατήσεων των πελατών.
3. Προσδιορίζει τις απαιτήσεις των πελατών κατά την διάρκεια παραμονής τους.
4. Συμπληρώνει τις κάρτες άφιξης των πελατών (registration).
5. Δίνει τα κατάλληλα δωμάτια, φροντίζοντας να ικανοποιεί τις επιθυμίες των πελατών όποτε αυτό είναι εφικτό.
6. Καθορίζει τις τιμές των δωματίων και τον τρόπο πληρωμής.
7. Αποστέλλει πληροφορίες για τους πελάτες και τα δωμάτια στα ανάλογα τμήματα, μέσω του προγράμματος που χειρίζεται κάθε Υποδοχή (π.χ. Fidelio).
8. Ενημερώνει την κατάσταση των δωματίων με την βοήθεια του τμήματος ορόφων.
9. Χειρίζεται τα κλειδιά των δωματίων και τις θυρίδες ασφαλείας.
10. Διεκπεραιώνει την αλληλογραφία και τα μηνύματα των πελατών.
11. Εξυπηρετεί τους πελάτες και τους ενημερώνει για οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζονται.

2.4.1.γ. Ταμίας της Υποδοχής (Front Office Cashier)

Ο ταμίας της Υποδοχής πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- α. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.
- β. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.
- γ. Να έχει μεγάλη εμπειρία στο αντικείμενο με το οποίο ασχολείται.

Σε πολλά ξενοδοχεία ο ταμίας είναι επίσης υπεύθυνος για τις θυρίδες ασφαλείας και την εξαργύρωση των επιταγών. Τα τμήματα του ξενοδοχείου παραδίδουν τα ταμεία και τις αποδείξεις τους στον Ταμία της Υποδοχής για καταχώρηση. Στα ξενοδοχεία που είναι εξοπλισμένα με ηλεκτρονικές ταμιακές μηχανές ή ηλεκτρονικούς υπολογιστές οι χρεώσεις μπορούν να μεταφερθούν απευθείας από τα τμήματα στους λογαριασμούς των πελατών. Κατ' αυτόν τον τρόπο, ο χρόνος που απαιτείται για την καταχώρηση των χρεώσεων ελαχιστοποιείται.

Σε γενικές γραμμές ο ταμίας:

1. Καταχωρεί στους λογαριασμούς των πελατών τις χρεωστικές αποδείξεις των τμημάτων του ξενοδοχείου.
2. Κάνει εισπράξεις από τις αναχωρήσεις των πελατών.
3. Συντονίζει με το Λογιστήριο την διευθέτηση των χρεωστικών λογαριασμών των πελατών και αυτών που εξοφλούνται με πιστωτική κάρτα.
4. Ελέγχει τους λογαριασμούς στο κλείσιμο κάθε βάρδιας.
5. Έχει την ευθύνη για τα μετρητά που χρησιμοποιούνται στην Υποδοχή.

2.4.1.δ. Τηλεφωνητής (Switchboard Operator)

Ο τηλεφωνητής της Υποδοχής πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- α. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.
- β. Να είναι ευγενικός.
- γ. Να έχει ευχέρεια λόγου και
- δ. Να έχει ευχάριστο τρόπο επικοινωνίας.

Ο τηλεφωνητής, αν και σπανίως έρχεται πρόσωπο με πρόσωπο με τους πελάτες του ξενοδοχείου, εντούτοις παίζει σημαντικό ρόλο στην εκπροσώπηση του ξενοδοχείου στον πελάτη. Για την θέση αυτή είναι πολύ σημαντικός ο φιλικός και ευγενικός τόνος φωνής.

Ο τηλεφωνητής κατά κύριο λόγο:

1. Απαντά στις εξωτερικές κλήσεις.
2. Συνδέει τις κλήσεις με τα δωμάτια των πελατών μέσω του τηλεφωνικού κέντρου.
3. Λαμβάνει και παραδίδει μηνύματα στους πελάτες.
4. Δίνει πληροφορίες για τις διάφορες υπηρεσίες στους πελάτες.

5. Πραγματοποιεί τα εγερτήρια των πελατών.
6. Απαντά σε ερωτήσεις σχετικά με τις εκδηλώσεις του ξενοδοχείου.

Αν και πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν αυτόματα συστήματα αφύπνισης πελατών (όπως, για παράδειγμα μέσω της τηλεόρασης, της συσκευής του τηλεφώνου, κλπ.), εντούτοις μερικά ξενοδοχεία προτιμούν η αφύπνιση να γίνεται από τον τηλεφωνητή, διότι θεωρούν ότι η ανθρώπινη επαφή ίσως φαίνεται φιλικότερη στους πελάτες.

2.4.1.ε. Υπάλληλος κρατήσεων (*Reservations Agent*)

Ο υπάλληλος κρατήσεων πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- α. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.
- β. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.
- γ. Να έχει μεγάλη εμπειρία στο αντικείμενο με το οποίο ασχολείται.

Το προσωπικό των κρατήσεων είναι υπεύθυνο για όλα τα θέματα που έχουν σχέση μ' αυτό το αντικείμενο. Όπως και οι ρεσεψιονίστ, οι υπάλληλοι κρατήσεων πρέπει να ενεργούν ως αντιπρόσωποι πωλήσεων για το ξενοδοχείο.

Συνήθως ο υπάλληλος κρατήσεων:

1. Παρακολουθεί και απαντά καταλλήλως στις επικοινωνίες με τους πελάτες, ταξιδιωτικούς πράκτορες και τα συνεργαζόμενα δίκτυα, που αφορούν κρατήσεις μέσω τηλεφώνου, αλληλογραφίας, τέλεξ, φαξ ή κεντρικού συνεργαζόμενου συστήματος κρατήσεων.
2. Δημιουργεί και διατηρεί αρχεία κρατήσεων, ανάλογα με την ημερομηνία άφιξης και κατ' αλφαβητική σειρά.
3. Ετοιμάζει επιστολές επιβεβαίωσης των κρατήσεων.
4. Καταχωρεί ακυρώσεις
5. Εντοπίζει μελλοντικές διαθεσιμότητες δωματίων.
6. Εκδίδει προβλέψεις του εισοδήματος δωματίων και πληρότητας.
7. Μεταδίδει πληροφορίες σχετικές με τις κρατήσεις στους ρεσεψιονίστ.
8. Προετοιμάζει λίστες αναμενόμενων αφίξεων για την Υποδοχή.
9. Βοηθάει στην προετοιμασία των αφίξεων, όταν χρειάζεται.

2.4.1.ζ. Νυχτερινός Υπάλληλος Υποδοχής (Night Auditor)

α. Να είναι πτυχιούχος της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.

β. Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.

γ. Να έχει μεγάλη εμπειρία στο αντικείμενο με το οποίο ασχολείται.

Ο νυχτερινός υπάλληλος ελέγχει την ορθότητα των καταχωρήσεων της Υποδοχής και συντάσσει καθημερινά μια περίληψη των οικονομικών στοιχείων του ξενοδοχείου. Συνήθως αυτή η εργασία διεξάγεται κατά το κλείσιμο ημέρας, στην διάρκεια της νυχτερινής βάρδιας του ξενοδοχείου. Γι' αυτόν τον λόγο, η διαδικασία κλεισίματος ονομάζεται νυχτερινό κλείσιμο και ο υπάλληλος που εκτελεί αυτές τις εργασίες, νυχτερινός υπάλληλος.

Ο νυχτερινός υπάλληλος έχει ως καθήκοντα:

1. Να καταχωρεί τις χρεώσεις δωματίων και τους φόρους στους λογαριασμούς των πελατών.
2. Να ταξινομεί τις αποδείξεις πελατών και των πιστωτικών καρτών.
3. Να χρεώνει τις αποδείξεις καταναλώσεων των πελατών από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου, οι οποίες δεν καταχωρήθηκαν κατά την διάρκεια της ημέρας από τον ταμία της Υποδοχής.
4. Να επαληθεύει όλες τις εγγραφές και τα υπόλοιπα των λογαριασμών.
5. Να παρακολουθεί την τρέχουσα κατάσταση των εκπτώσεων, εκπτώσιμων καρτών και άλλων προγραμμάτων προώθησης πωλήσεων.
6. Να αναφέρει τα αποτελέσματα λειτουργίας του ξενοδοχείου στην Διεύθυνση.

Ο νυχτερινός υπάλληλος συλλέγει στοιχεία για τα έσοδα δωματίων, τα ποσοστά πληρότητας και άλλες στατιστικές της Υποδοχής και ετοιμάζει μια αναφορά με την κίνηση των μετρητών, επιταγών και πιστωτικών καρτών. Το Λογιστήριο του ξενοδοχείου, χρησιμοποιώντας αυτά τα δεδομένα, καθορίζει το καθημερινό προφίλ της επιχείρησης και γνωστοποιεί τα αποτελέσματα στην Διοίκηση.

2.4.1.η. Γκρουμ (Bell Boy)

Το γκρουμ ή Bell Boy, οδηγεί τους πελάτες στα δωμάτιά τους και τους μεταφέρει τις αποσκευές τους.

2.5 Δημόσιες Σχέσεις (*Guest Relations*)

Ο υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων, είναι απαραίτητο να διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία προσόντων και χαρακτηριστικών για να έχει η εργασία του επιθυμητά αποτελέσματα και για να πετύχει σ' αυτόν τον κλάδο. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Διοικητικά και οργανωτικά προσόντα.
- Πλατιά μόρφωση.
- Συνεχής ενημέρωση για τα Ελληνικά και Διεθνή γεγονότα
- Άψογη εμφάνιση και πολλές γνωριμίες.
- Κοινή, καθαρή νοημοσύνη.
- Εντιμότητα.
- Ειλικρίνεια.
- Αγάπη και σεβασμό για τον συνάνθρωπο του.
- Αυτοσεβασμό.
- Αυτοπεποίθηση.
- Υπευθυνότητα.
- Υπομονή.
- Επιμονή.
- Οργανωτικότητα.
- Αποφασιστικότητα.
- Διπλωματία.
- Εχεμύθεια.
- Διακριτικότητα.
- Ικανότητα να προσελκύει το κοινό και να πείθει χρησιμοποιώντας λογικά επιχειρήματα.
- Συμπαθή και ευχάριστο χαρακτήρα.
- Προσαρμοστικότητα και ικανότητα αντιμετώπισης και συνεργασίας με διαφορετικούς ανθρώπους.
- Φαντασία.
- Διορατικότητα.
- Νέες ιδέες.
- Κουράγιο.
- Ευφυΐα.

- Ικανότητα να παρατηρεί, να ψυχολογεί, να ερμηνεύει καθετί καινούργιο και να μην παρασύρεται από αυτό.
- Γενικές γνώσεις διοίκησης και οικονομίας.
- Δημοσιογραφικές ικανότητες.
- Εγκυκλοπαιδικές γνώσεις.
- Γνώσεις ψυχολογίας.
- Γνώσεις του χώρου των Μ.Μ.Ε (π.χ τυπογραφία, ραδιόφωνο, τηλεόραση).
- Γνωριμίες στον χώρο των Μ.Μ.Ε.
- Γνώσεις Η/Υ και γνώση ξένων γλωσσών.

Επίσης, ο υπεύθυνος των Δημοσίων Σχέσεων, εξυπηρετεί και λύνει κάθε πρόβλημα των πελατών, οργανώνει και επιβλέπει κάθε εκδήλωση, είναι υπεύθυνος για την Υποδοχή και ξενάγηση υψηλών προσωπικοτήτων, ενημερώνεται και έχει συνεχή επαφή με όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου. Είναι ο, μετά την διεύθυνση, προωθητής της ξενοδοχειακής μονάδας, προσωποποιημένη η καλή εικόνα και φήμη του ξενοδοχείου.

2.6 Διευθυντής Marketing

Επιμελείται την ενοικίαση των δωματίων και έχει στόχο την μέγιστη πληρότητα στις υψηλότερες τιμές. Επίσης επιμελείται τις συναλλαγές που αφορούν συνεστιάσεις, συσκέψεις και συνελύσεις. Ο υπεύθυνος marketing πρέπει να είναι γνώστης των δημοσίων σχέσεων και των τεχνικών πώλησης. Είναι επίσης υπεύθυνος για την οργάνωση και διεξαγωγή αυτών των εκδηλώσεων.

Ουσιαστικά, ο διευθυντής επιτελεί τέσσερις λειτουργίες: *πωλήσεις, υπηρεσίες συνεδρίων, διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις*. Πρωταρχικός του στόχος είναι η πώληση των προϊόντων και η προσφορά υπηρεσιών από το ξενοδοχείο. Για την επίτευξή τους απαιτείται στενή συνεργασία με τα υπόλοιπα τμήματα του καταλύματος και την Υποδοχή. Στόχος του Marketing είναι να προσελκύσει πελάτες στην επιχείρηση μέσω της έρευνας αγοράς, των ανταγωνιστικών προϊόντων, των αναγκών και προσδοκιών των πελατών και της μελλοντικής ζήτησης. Οι πωλήσεις αποσκοπούν στο να δημιουργήσουν έσοδα από τα προϊόντα του ξενοδοχείου. Η Υποδοχή παίζει σημαντικό ρόλο στις δραστηριότητες που αφορούν την πώληση δωματίων του ξενοδοχείου.

2.7 Διευθυντής Επισιτιστικών Τμημάτων (Food & Beverage Manager - F&B)

Είναι υπεύθυνος για την καλή λειτουργία των επισιτιστικών τμημάτων, για την καλή ποιότητα των προμηθειών, την σωστή εργασία του τμήματος αποθήκης και για οικονομικά σχέδια που αφορούν τα διάφορα τμήματα.

Επιβάλλεται, λόγω της νευραλγικότητας της θέσεως, να έχει τα εξής προσόντα:

- Να είναι απόφοιτος κάποιας Σχολής Τουριστικών Επαγγελμάτων ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.
- Κρίνεται απαραίτητο να είναι ειδικευμένος στον τομέα του και με προηγούμενη εμπειρία πάνω στα διάφορα επισιτιστικά τμήματα με κυριότερα εκείνα της αποθήκης και του ελέγχου. Αν δεν έχει την προηγούμενη εμπειρία σ' αυτούς τους τομείς, θα αποτύχει στην επίτευξη κερδών ή στην διατήρηση των ποιοτικών επιπέδων ή ακόμη χειρότερα να μην μπορέσει να αναλύσει τους λόγους μιας αποτυχίας.
- Να διαθέτει επίσης, τεχνικές γνώσεις, γνώσεις μάρκετινγκ, οικονομικών, διοίκησης και γνώσεις ξένων γλωσσών.

Είναι σημαντικό, μέσα στα πλαίσια λειτουργίας των επισιτιστικών τμημάτων, να ικανοποιήσει τις ανάγκες και προσδοκίες τριών τομέων:

- τους πελάτες,
- την επιχείρηση,
- το προσωπικό.

Ο διευθυντής των επισιτιστικών τμημάτων πρέπει να κατανοεί τις διαφορετικές ανάγκες των παραπάνω τομέων. Η επιτυχία εξασφαλίζεται μόνο εάν ικανοποιηθούν οι βασικές ανάγκες και των τριών τομέων με την κατάλληλη χρησιμοποίηση των εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων πάνω στα τεχνικά, μάρκετινγκ, οικονομία και διοίκηση. Οι ανάγκες και προσδοκίες διαφέρουν από ξενοδοχείο σε ξενοδοχείο. Η κατανόηση επομένως των διαφορετικών απαιτήσεων και αναγκών είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία ενός διευθυντή επισιτιστικών τμημάτων. Το επόμενο βήμα είναι να προσαρμόσει το μείγμα των παραμέτρων που σχετίζονται με την

ικανοποίηση των αναγκών των τριών τομέων (πελατών, επιχείρησης, εργαζομένων), και ειδικότερα να είναι ευέλικτος μέσα στο πλαίσιο των παρακάτω ποικίλων απαιτήσεων και προσδοκιών:

Πελάτες

- Καλό φαγητό.
- Καλή εξυπηρέτηση.
- Φιλική εξυπηρέτηση.
- Ικανοποιητική σχέση αξίας/ τιμής (value for money).
- Ευχάριστο περιβάλλον.
- Ποικιλία φαγητών και ποτών.
- Καλή φήμη.
- Καλές συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας.
- Προσιτότητα.
- Προσοχή.

Επιχείρηση

- Βιωσιμότητα και μακροπρόθεσμα οφέλη.
- Έλεγχο και άμεσα οφέλη.
- Περιορισμό των εξόδων.
- Έλεγχο του κόστους στα πλαίσια του προϋπολογισμού.
- Επαναλαμβανόμενη πελατεία.
- Καλή φήμη.
- Θετική δημοσιότητα.
- Θετικά σχόλια/ όχι παράπονα.
- Ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Υψηλή παραγωγικότητα.
- Καλές εργασιακές σχέσεις.
- Συλλογική εργασία και συνεργασία.

Προσωπικό

- Ασφάλεια εργασίας.
- Ικανοποίηση εργασίας.
- Καλές συνθήκες εργασίας.
- Ικανοποιητικός μισθός.
- Προοπτικές εξέλιξης.
- Καλές σχέσεις.

- Εκπαίδευση.

Συνεργάζεται κυρίως με τον Γενικό Διευθυντή, προκειμένου να ληφθούν αποφάσεις κατά κύριο λόγο οικονομικές, όσον αφορά τα διάφορα επισιτιστικά τμήματα. Επιβλέπει καθημερινά αυτά τα τμήματα, συνεργάζεται με τους προϊσταμένους τους και προσπαθεί να επικοινωνεί με τους εργαζόμενους στα επισιτιστικά τμήματα. Μέσα από αυτήν την επίβλεψη, θα μπορέσει να διαπιστώσει είτε από μόνος του είτε από τους εργαζόμενους προβλήματα που υπάρχουν και τα οποία μπορούν να αντιμετωπιστούν. Είναι επίσης πιθανό, λόγω του ότι οι άνθρωποι αυτοί απασχολούνται καθημερινά στα τμήματα αυτά, να μπορούν να κάνουν πιθανές αξιολογικές προτάσεις σχετικά με την βελτίωση της καθημερινής λειτουργίας τους.

Είναι προφανές ότι ο ρόλος του διευθυντή επισιτιστικών τμημάτων δεν μπορεί να αξιολογείται με μοναδικό κριτήριο τα κέρδη που πραγματοποιούνται. Οφείλει, όπως καταδεικνύεται από τα παραπάνω, να εξασφαλίσει ποιότητα υπηρεσιών, δηλαδή να ικανοποιήσει όλους τους ενδιαφερόμενους τομείς. Όμως το έργο του είναι δύσκολο εξαιτίας των ιδιαιτεροτήτων του επισιτιστικού τομέα.

2.7.1 Τμήμα Εστίασης & Μπαρ

2.7.1.1 Restaurant Manager (Maitre d' hotel)

Ο maitre d' hotel είναι υπεύθυνος για την καλή λειτουργία και το service του εστιατορίου. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

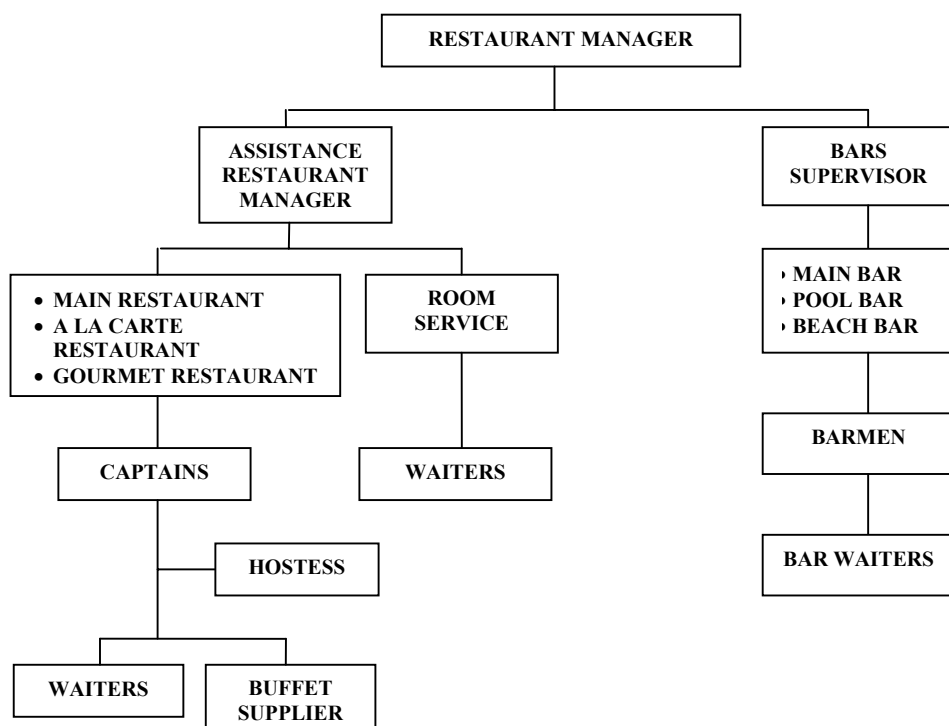
- Να είναι απόφοιτος κάποιας Τουριστικής ή Ξενοδοχειακής σχολής.
- Να γνωρίζει ξένες γλώσσες.
- Να έχει προηγούμενη εμπειρία στον τομέα των εστιατορίων- μπαρ.
- Να διαθέτει άψογη εμφάνιση.
- Να διαθέτει φιλική και εξυπηρετική συμπεριφορά.
- Να είναι γνώστης Δημοσίων Σχέσεων.

Συνεργάζεται με τον chef de cuisine, προκειμένου να βγάλουν το Menu. Είναι το άτομο που θα κληθεί να ακούσει κάποια παράπονα ή να δώσει πληροφορίες για κάποιο πιάτο. Πρέπει να είναι ιδιαίτερα ικανός ώστε, από την μία πλευρά να δημιουργεί άνετη ατμόσφαιρα για τους πελάτες και από την άλλη να βεβαιώνεται για την σωστή συμπεριφορά των σερβιτόρων. Η επίβλεψη τους πριν το άνοιγμα του εστιατορίου και κατά την διάρκεια της λειτουργίας του, οδηγεί στην αποφυγή λαθών

και στην αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων. Υποδέχεται τους πελάτες και τους τοποθετεί σε κάποιο τραπέζι.

Τέλος, συνεργάζεται με το Housekeeping (δηλαδή την Λινοθήκη- Πλυντήριο), για τον καθαρισμό των χρησιμοποιούμενων λινών του εστιατορίου.

Παρακάτω θα παρουσιαστεί ένα οργανόγραμμα και αναλυτικότερα στοιχεία για το προσωπικό του Τμήματος Εστίασης & Bar:



2.7.1.2 Assistance Restaurant Manager

Είναι ο βοηθός του Restaurant Manager- Maitre d' hotel, τον βοηθάει όπου χρειάζεται και είναι παρών στο πρωινό και μεσημβρινό σερβίρισμα, στα οποία συνήθως ο Maitre απουσιάζει. Οφείλει να έχει τα ίδια προσόντα με έναν μικρότερο βαθμό στην εμπειρία ίσως, όπως και τις ίδιες αρμοδιότητες, μόνο που ο Maitre είναι εκείνος που θα λάβει κάποιες αποφάσεις.

2.7.1.2.a Captains

Επιβλέπουν έναν αριθμό από πόστα, εξυπηρετούν τους πελάτες όπου δεν προλαβαίνει το λοιπό προσωπικό, δίνουν διευκρινίσεις για τα προσφερόμενα είδη και οργανώνουν τον τομέα τους από πλευράς εξοπλισμού και διαδικασιών.

2.7.1.2.β. *Hostess*

Είναι υπεύθυνη για την δημιουργία του πλάνου του εστιατορίου και κατευθύνει τους πελάτες στα τραπέζια.

2.7.1.2.γ. *Waiter – Σερβιτόρος*

Ο σερβιτόρος εξυπηρετεί τους πελάτες κατά την διάρκεια οποιουδήποτε μενού της μέρας. Τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει είναι:

- Να έχει καλή γνώση του service, του περιεχομένου και του τρόπου παρασκευής των εδεσμάτων που σερβίρει.
- Να είναι γνώστης κάποιας ξένης γλώσσας.
- Να έχει άψογη εμφάνιση και εξυπηρετικότητα.

Επίσης, είναι αυτός που λαμβάνει τις παραγγελίες από τους πελάτες, εάν το σύστημα του εστιατορίου είναι a la carte ή να τους καλωσορίζει και να αρχίζει το σερβίρισμα των πιάτων του Table d' hote. Συνεργάζεται με τον Restaurant Manager, τον Assistance Restaurant Manager και τον Captain. Τέλος, φροντίζει για την καλή κατάσταση του εστιατορίου πριν από την έναρξη του service, καθώς επίσης και για την κατάλληλη προετοιμασία των τραπεζιών.

2.7.1.2.δ. *Buffet Supplier*

Είναι ο εργαζόμενος που είναι υπεύθυνος για το γέμισμα του μπουφέ. Ο μπουφές χωρίζεται σε τρία πόστα, τις ζεστές παρασκευές, τις κρύες παρασκευές και τα γλυκά. Είναι ο υπεύθυνος για την επίβλεψη των τριών αυτών πόστων. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Να έχει καλή γνώση του service, του περιεχομένου και του τρόπου παρασκευής των εδεσμάτων που περιέχει ο μπουφές.
- Να είναι γνώστης κάποιας ξένης γλώσσας.
- Να έχει άψογη εμφάνιση και εξυπηρετικότητα.

Συνεργάζεται με τον Restaurant Manager, τον Assistance Restaurant Manager και τον Captain. Τέλος, φροντίζει για την καλή κατάσταση του μπουφέ πριν από την έναρξη του service, καθώς επίσης και για την κατάλληλη προετοιμασία του.

2.7.1.2.ε. *Room Service – Waiter*

Είναι υπεύθυνος για την τοποθέτηση δωρεάν προσφορών (φρούτα, νερό, κρασί) στα δωμάτια κατά την άφιξη των πελατών. Επίσης δέχεται και φέρνει εις πέρας παραγγελίες για φαγητά που θέλουν οι πελάτες στα δωμάτια. Δεν χρειάζεται απαραίτητες γνώσεις, αλλά εμπειρία, εργατικότητα και άψογη συμπεριφορά. Τέλος, είναι πάντα πρόθυμος για οποιαδήποτε δουλειά του ανατεθεί από τους προϊστάμενούς του.

2.7.1.3 *Bars Supervisor*

Είναι υπεύθυνος για την καλή λειτουργία όλων των Bars καθώς επίσης και για την σωστή εργασία του προσωπικού. Πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- Να έχει εμπειρία στα τμήματα που ηγείται.
- Να είναι γνώστης ξένων γλωσσών προκειμένου σε συνδυασμό με διπλωματικότητα, να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε δύσκολο περιστατικό.

Συνεργάζεται με τον F&B Manager, όσον αφορά προβλήματα που αντιμετωπίζει το τμήμα, κατά την ροή εργασίας και προετοιμασίας του. Συνεργάζεται επίσης, με το τμήμα αποθήκης, στο οποίο απευθύνεται για να κάνει κάποιες παραγγελίες. Ακόμη, προετοιμάζει τα τμήματα και τα επιβλέπει κατά την ώρα λειτουργίας τους για αποφυγή διαφόρων λαθών και εμποδίων. Τέλος, πρέπει να έχει την ικανότητα να επικοινωνεί με τους υφιστάμενους του, προκειμένου να επιτευχθεί η ομαλή συνεργασία και λειτουργία των τμημάτων.

2.7.1.3.a. *Barmen*

Ο ρόλος ενός barman είναι να προετοιμάζει τα ποτά του bar και να εξυπηρετεί πελάτες και σερβιτόρους. Πρέπει να έχει τα εξής προσόντα:

- Να έχει γνώσεις πάνω στο αντικείμενο του.
- Να έχει γνώσεις ξενόγλωσσες τουλάχιστον πάνω στην ορολογία του bar.

Επίσης, προετοιμάζει την μπάρα προκειμένου να εξυπηρετηθεί το καταναλωτικό κοινό. Πρέπει να γνωρίζει να εκδίδει λογαριασμούς για τους πελάτες που κάθονται γύρω από το Bar καθώς επίσης και με τους σερβιτόρους οι οποίοι δίνουν τις παραγγελίες τους.

2.7.1.3.β. *Bar Waiter*

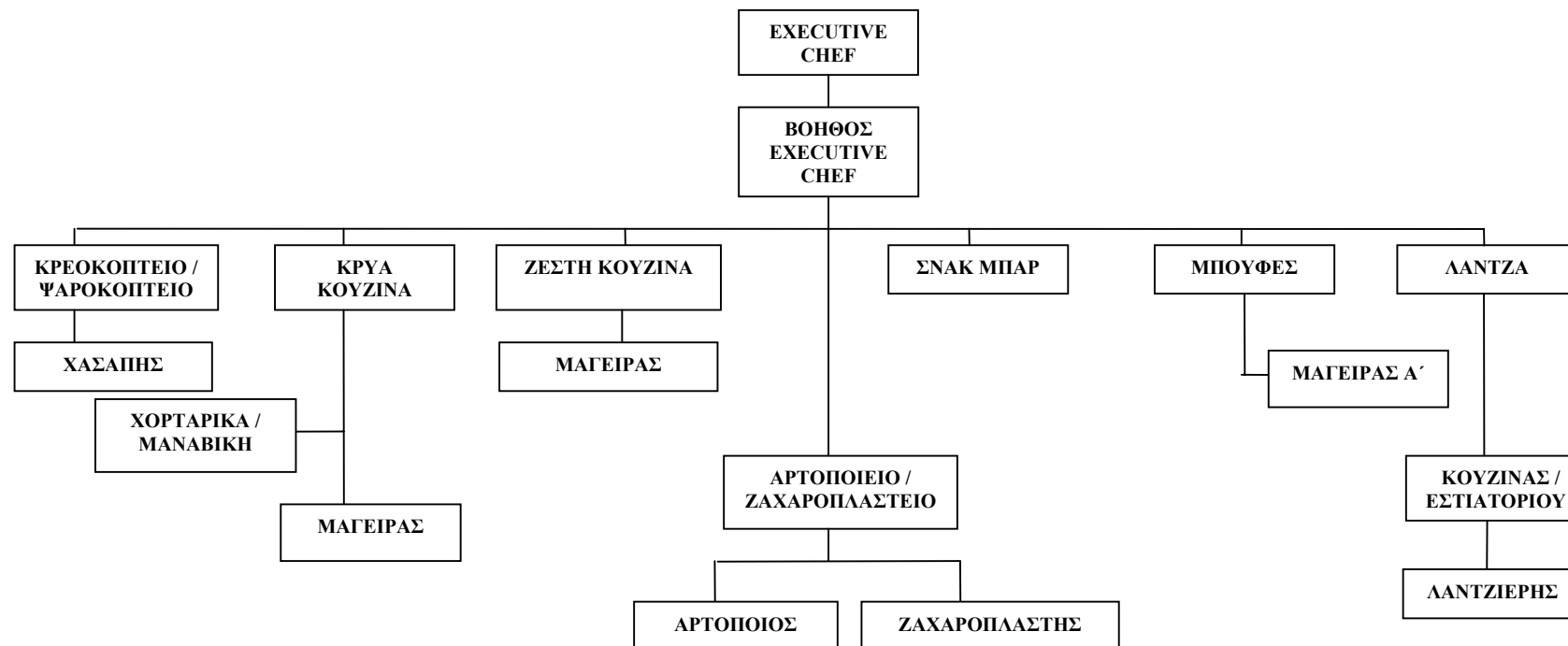
Ο bar waiter, εξυπηρετεί τους πελάτες που κάθονται γύρω από τον χώρο ενός bar.

Πρέπει να διαθέτει τα εξής προσόντα:

- Να έχει τεχνικές γνώσεις πάνω στο αντικείμενό του.
- Να έχει γνώση τουλάχιστον της απαραίτητης ορολογίας σε κάποιες γλώσσες.
- Να τον διακρίνει εξυπηρετικότητα και προθυμία.

Ο bar waiter, λαμβάνει την παραγγελία, συνεργάζεται με τους barmen ώστε να λάβει την παραγγελία του και τους λογαριασμούς των πελατών που εξυπηρετεί. Τέλος, είναι υπεύθυνος για την καλή διεξαγωγή του service και για την άψογη κατάσταση του πόστου που έχει αναλάβει.

Στην επόμενη σελίδα, ακολουθεί η ανάλυση του Τμήματος Κουζίνας με το αντίστοιχο οργανόγραμμα:



2.7.2 Τμήμα Κουζίνας

2.7.2.1 Executive Chef

Είναι υπεύθυνος για την καλή κατάσταση του χώρου της κουζίνας αλλά κυρίως για την καλή ποιότητα και για την διαδικασία παραγωγής των εδεσμάτων που σερβίρονται στους πελάτες. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Να είναι Απόφοιτος κάποιας Σχολής Μαγείρων, πράγμα που σημαίνει ότι έχει γερές βάσεις γύρω από την τέχνη του.
- Πρέπει απαραίτητα να έχει μια αρκετά μεγάλη προϋπηρεσία στον χώρο της κουζίνας και να γνωρίζει το κάθε τμήμα αυτής.

Τα καθήκοντα του chef de cuisine είναι να συνεργάζεται με τον Maitre, τον F&B Manager και τον Διευθυντή όσον αφορά την κατάρτιση του Menu. Συνεργάζεται με τον Maitre, πριν και κατά την διάρκεια των γευμάτων σχετικά με τον τρόπο παρουσίασης των σερβιρούμενων εδεσμάτων. Συμμετέχει επίσης στην διαδικασία του μαγειρέματος, όχι όμως σε πολύ μεγάλο βαθμό μιας και ο ρόλος του είναι να εποπτεύει και να δοκιμάζει τα πιάτα κατά την διάρκεια της παραγωγής τους. Με αυτόν τον τρόπο και βάσει των γνώσεών του θα αποφασίσει εάν χρειάζεται κάποια αλλαγή ή διόρθωση στον τρόπο της παρασκευής. Τέλος, ελέγχει τα ψυγεία του, όσον αφορά τον τρόπο φύλαξης και την κατάσταση των εκεί φυλαγμένων πρώτων υλών. Σε τυχόν ελλείψεις των πρώτων υλών που χρειάζεται, κάνει την ανάλογη παραγγελία στην αποθήκη.

2.7.2.2 Βοηθός Executive Chef

Ο ρόλος του είναι να μαγειρεύει, να προετοιμάζει τα εδέσματα και να επιβλέπει κατά δεύτερο λόγο, το προσωπικό της κουζίνας. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Πρέπει να είναι απόφοιτος κάποιας Σχολής Μαγείρων.
- Πρέπει να έχει αρκετές γνώσεις στον τομέα της Μαγειρικής.
- Πρέπει να έχει απαραίτητα προηγούμενη προϋπηρεσία.

Ο βοηθός του executive chef, είναι υπεύθυνος για το μαγείρεμα των πιάτων, συνεργάζεται με τους υπόλοιπους μάγειρες, επικοινωνεί και συνεργάζεται με τον Executive Chef, για τυχόν προβλήματα κατά την διαδικασία παραγωγής των εδεσμάτων και τέλος φροντίζει για την πολύ καλή κατάσταση του χώρου της κουζίνας.

2.7.2.3 Κρεοκοπτείο / Ψαροκοπτείο

2.7.2.3.a. Χασάπης

Προετοιμάζει τα κρέατα, τα ψάρια και τα αλλαντικά προκειμένου να χρησιμοποιηθούν σε διάφορες παρασκευές. Δεν χρειάζονται απαραίτητες γνώσεις, αλλά πρέπει να γνωρίζει την υφή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε κομματιού κρέατος και ψαριού, καθώς επίσης και τον τρόπο συντήρησής τους. Συνεργάζεται με τον Executive Chef ή τον βοηθό του, σχετικά με την ιδιαιτερότητα του Menu, επομένως είναι υπεύθυνος για την ανάλογη προετοιμασία των κατάλληλων κομματιών κρεάτων, ψαριών και αλλαντικών. Φροντίζει ακόμη, για την σωστή φύλαξη των προαναφερθέντων πρώτων υλών, καθώς επίσης και για την άψογη κατάσταση του χώρου και του εξοπλισμού εργασίας του.

2.7.2.4 Κρύα Κουζίνα

2.7.2.4.a. Μάγειρας

Είναι αρμόδιος για την παρασκευή κρύων πιάτων, για τις σαλάτες και για το σερβίρισμα των τυριών. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Πρέπει να είναι απόφοιτος κάποιας Σχολής Μαγείρων.
- Πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις πάνω στο αντικείμενο του.
- Πρέπει να έχει την ανάλογη προϋπηρεσία, η οποία είναι και απαραίτητη.

Συνεργάζεται με τον Executive Chef, και τον βοηθό του για τυχόν προβλήματα κατά την διαδικασία παραγωγής των κρύων πιάτων ή των σαλάτων.

2.7.2.5 Ζεστή Κουζίνα

2.7.2.5.a. Μάγειρας

Είναι αρμόδιος για την προετοιμασία των κρεάτων, των ψαριών και των πουλερικών. Στην συνέχεια φροντίζει για το κατάλληλο μαγείρεμά τους που συνήθως, γίνεται με βράσιμο ή με ψήσιμο. Οργανώνει επίσης, την προετοιμασία και το μαγείρεμα των λαχανικών. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Πρέπει να είναι απόφοιτος κάποιας Σχολής Μαγείρων.
- Πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις πάνω στο αντικείμενο του.

- Πρέπει να έχει την ανάλογη προϋπηρεσία, η οποία είναι και απαραίτητη.

Συνεργάζεται με τον Executive Chef, και τον βοηθό του για τυχόν προβλήματα κατά την διαδικασία παραγωγής των ζεστών παρασκευών.

2.7.2.6 Αρτοποιείο / Ζαχαροπλασείο

2.7.2.6.α. Αρτοποιός

Είναι υπεύθυνος για την παραγωγή ζύμης και αρτοσκευασμάτων. Δεν χρειάζεται απαραίτητη εκπαίδευση, αλλά προηγούμενη εμπειρία. Συνεργάζεται με τον Executive Chef και τον βοηθό του για να είναι ενήμερος όσον αφορά, την ποσότητα ζύμης και αρτοσκευασμάτων που πρέπει να παραχθούν.

2.7.2.6.β. Ζαχαροπλάστης

Είναι υπεύθυνος για την παραγωγή επιδορπίων, καθώς επίσης και διάφορων γλυκισμάτων για το πρωινό ή για διάφορα άλλα επισιτιστικά τμήματα. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Πρέπει να έχει αποφοιτήσει από κάποια Σχολή Ζαχαροπλαστικής.
- Πρέπει να έχει απαραίτητα προηγούμενη πείρα πάνω στη συγκεκριμένη θέση.

Παρασκευάζει τα επιδόρπια όλων των γευμάτων της ημέρας βάσει του καθημερινού Menu. Επιπλέον, παραγγέλνει από την Αποθήκη τις πρώτες ύλες, σε περίπτωση έλλειψής τους και παράλληλα φροντίζει για την σωστή φύλαξή τους στα ψυγεία και τους χώρους αποθήκευσης.

2.7.2.7 Μπουφές

2.7.2.7.α. Μάγειρας

Είναι αρμόδιος για την συμπληρωματική εξυπηρέτηση πάνω στα τρία γεύματα της ημέρας όσον αφορά την διεξαγωγή του service. Η θέση αυτή δεν προϋποθέτει κάποια συγκεκριμένα καθήκοντα, απλά απαιτεί κάποια καλή γνώση της σημασίας της και του τρόπου διεξαγωγής της. Τέλος, είναι υπεύθυνος για την προετοιμασία των πρωινών και των ειδών καφετέριας.

2.7.2.8. Λάντζα

2.7.2.8.a. Λαντζιέρης

Είναι υπεύθυνος για τον καθαρισμό όλων των σκευών, πιάτων, ποτηριών και μαχαιροπίρουνων. Πρέπει να διαθέτει εργατικότητα, διότι η συγκεκριμένη εργασία, χαρακτηρίζεται ως σκληρή και κουραστική.

Ο λαντζιέρης, κάνει τον προκαταρκτικό καθαρισμό των διαφόρων χρησιμοποιούμενων σκευών, πιάτων, ποτηριών ή μαχαιροπίρουνων και στην συνέχεια τα τοποθετεί για ολοκληρωτικό καθαρισμό στο πλυντήριο. Τέλος, φροντίζει να υπάρχει στο πλυντήριο η κατάλληλη ποσότητα απορρυπαντικών.

2.7.3 Τμήμα Προμηθειών

2.7.3.1 Υπεύθυνος Προμηθειών

Ο υπεύθυνος προμηθειών πρέπει να είναι καλός γνώστης της αγοράς, να γνωρίζει τις τιμές και τις τάσεις τους, (ανοδικές ή καθοδικές) τα είδη και τις ποικιλίες τους, τους προμηθευτές. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Να είναι απόφοιτος κάποιας Τουριστικής ή Ξενοδοχειακής σχολής.
- Να γνωρίζει ξένες γλώσσες.
- Να έχει προηγούμενη εμπειρία στον τομέα των προμηθειών.
- Να διαθέτει φιλική και εξυπηρετική συμπεριφορά.

Είναι επίσης, υπεύθυνος για τις αγορές σύμφωνα με το budget του ξενοδοχείου καθώς και για τον ποιοτικό και ποσοτικό έλεγχο των προϊόντων. Προγραμματίζει τις αγορές σύμφωνα με τις ανάγκες της κουζίνας και των άλλων τμημάτων, την κατάλληλη στιγμή, ώστε να μην υπάρχει έλλειψη αγαθών σε πρώτη ζήτηση, αλλά ούτε και πλεόνασμα τέτοιο που να ζημιώνει την ξενοδοχειακή μονάδα. Διεξάγει τακτική μηνιαία απογραφή αλλά και έκτακτες με σκοπό την αναζήτηση ελλειμμάτων ή πλεονασμάτων και την εξακρίβωση των αιτιών τους, καθώς και την ανάλυσή τους.

2.7.3.2 Κεντρική Αποθήκη

2.7.3.2.1 Αποθηκάριος

Ο ρόλος του είναι να οργανώνει την αποθήκη και να μεριμνάει ώστε να φυλάγονται σωστά οι πρώτες ύλες στους αποθηκευτικούς χώρους και τα ψυγεία. Τα προσόντα του πρέπει να είναι τα εξής:

- Να έχει εξειδικευμένες γνώσεις πάνω στο Food & Beverage Management.

-Να έχει προηγούμενη προϋπηρεσία.

Επίσης, συνεργάζεται κατά κύριο λόγο με τον F&B Manager αλλά και με τους Προϊστάμενους των διαφόρων επισιτιστικών τμημάτων σχετικά με τις παραγγελίες που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν.

2.7.3.2.2 Εργάτης Αποθήκης

Ο εργάτης της αποθήκης εκτελεί εργασίες πάνω στην αποθήκευση των πρώτων υλών και στην εξυπηρέτηση των υπόλοιπων τμημάτων του ξενοδοχείου, που πραγματοποιούν διάφορες παραγγελίες. Πρέπει να έχει γνώσεις και εμπειρία πάνω στον τρόπο και τις συνθήκες συντήρησης και αποθήκευσης των προϊόντων. Τα καθήκοντά του είναι να αποθηκεύει τα εισερχόμενα προϊόντα, να εξυπηρετεί τα διάφορα τμήματα στις παραγγελίες τους, να φροντίζει για την καλή ταξινόμηση των προϊόντων στον χώρο της αποθήκης, να είναι υπεύθυνος για την καθαριότητα των χώρων της αποθήκης όπως επίσης και για την ασφάλειά της.

2.7.4 Τμήμα Ελέγχου

2.7.4.1 Ελεγκτής

Ο ρόλος του είναι να ελέγχει τις καταναλώσεις και να διενεργεί απογραφές στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου. Τα καθήκοντά του πρέπει να είναι τα εξής:

- Να είναι απόφοιτος κάποιας Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών ή άλλης Ξενοδοχειακής Σχολής του εσωτερικού ή του εξωτερικού.
- Να γνωρίζει ξένες γλώσσες.
- Να έχει προηγούμενη εμπειρία στον τομέα του ελέγχου.
- Να διαθέτει φιλική και εξυπηρετική συμπεριφορά.

Επίσης πρέπει να είναι γνώστης του τμήματος Τροφίμων και Ποτών και έμπειρος πάνω στην ειδικότητά του και στον τρόπο άσκησης αυτής. Καθορίζει τα πρότυπα απόδοσης, καθορίζει μοντέλα για την μέτρηση των αποκλίσεων, μετρά την απόδοση, διαπιστώνει αποκλίσεις και όλα αυτά μέσα από έναν συνεχή έλεγχο των τμημάτων και κατά την μελέτη των αποτελεσμάτων των διαφόρων απογραφών.

2.8 Τμήμα Οροφοκομίας

2.8.1 Προϊσταμένες Ορόφων

Η Προϊσταμένη ορόφων φροντίζει για την άψογη και γρήγορη προετοιμασία των δωματίων. Τα καθήκοντά της πρέπει να είναι τα εξής:

- Να είναι απόφοιτος ξενοδοχειακής σχολής με προηγούμενη εμπειρία πάνω στον συγκεκριμένο τομέα των δωματίων.

Η Housekeeper φροντίζει για την καλή συνεργασία του προσωπικού ορόφων με άλλα τμήματα. Σκοπός της είναι, η επίτευξη όσο το δυνατό μεγαλύτερης αποδοτικότητας και παραγωγικότητας του προσωπικού ορόφων. Μεθοδεύει την εργασία για εξοικονόμηση χρόνου, δίνει συμβουλές ακόμα και για τις δύσκολες περιπτώσεις καθαρισμού και φροντίζει για την άψογη συμπεριφορά του προσωπικού της. Προϊσταται επίσης ενός αριθμού γυναικών τις οποίες έχει την υποχρέωση να επιτηρεί κατά την διάρκεια, του καθαρισμού των δωματίων, όχι μόνο για την καλύτερη επίτευξη του έργου τους αλλά και για την αντιμετώπιση τυχόν έκτακτων προβλημάτων.

Συνεργάζεται άμεσα με το τμήμα της Υποδοχής, σε περιπτώσεις που ένα δωμάτιο δεν είναι έτοιμο για να πουληθεί ή σε περιπτώσεις που ένα δωμάτιο πρέπει να βγει από την λίστα λόγω σοβαρών βλαβών ή ανακαίνισής του, ή όταν ακόμα βρεθεί σε κάποιο από τα δωμάτια στα οποία έχει γίνει αναχώρηση, κάποιο ξεχασμένο αντικείμενο, το παραδίδει τότε στο τμήμα της Υποδοχής. Επιπροσθέτως, φροντίζει σε συνεργασία με το τμήμα της Λινοθήκης, ώστε να υπάρχει πάντα επάρκεια σε λινά και πετσέτες.

Τέλος, συνεργάζεται με την αποθήκη προκειμένου, να εφοδιάζεται το τμήμα με τα απαραίτητα υλικά καθαρισμού.

2.8.2 Καμαριέρες

Ο ρόλος της καμαριέρας είναι ο καθαρισμός των δωματίων. Δεν χρειάζεται απαραίτητη εκπαίδευση για την πρόσληψή της, μόνο εργατικότητα και κάποιες τεχνικές γνώσεις. Η καμαριέρα είναι υπεύθυνη για τον καθαρισμό των δωματίων, για το στρώσιμο των κρεβατιών, για την αλλαγή των λινών και των πετσετών βάσει του προγράμματος εργασίας ή όποτε αυτό κρίνεται απαραίτητο. Προμηθεύει επίσης τα δωμάτια με υλικά τα οποία τελειώνουν (π.χ. σαπούνι, σαμπουάν, αφρόλουτρο). Αναφέρει στην Προϊσταμένη Ορόφων οποιαδήποτε προβλήματα αντιμετώπισε, ή

οποιοσδήποτε βλάβες, οι οποίες στη συνέχεια θα δοθούν στο Τμήμα Συντήρησης για την άμεση επίλυσή τους.

2.8.3 Καθαρίστριες Κοινόχρηστων Χώρων

Είναι υπεύθυνη για την καθαριότητα των κοινόχρηστων χώρων. Ούτε εδώ χρειάζεται απαραίτητη εκπαίδευση για την πρόσληψή της αλλά, χρειάζεται υψηλή εργατικότητα λόγω της δύσκολης φύσεως της εργασίας της. Εκτελεί ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα καθαρισμού των κοινόχρηστων χώρων αλλά και είναι υποχρεωμένη να σπεύσει σε οποιοδήποτε τμήμα της ζητηθεί.

2.8.4 Χειριστής Πλυντηρίων

Ο ρόλος του χειριστή πλυντηρίων είναι να ζυγίζει τον ιματισμό πριν πλυθεί ώστε το πλυντήριο να ανταποκρίνεται στην αυτόματη σωστή αναλογία του απορρυπαντικού, σύμφωνα με το πρόγραμμα πλύσης. Δεν χρειάζεται απαραίτητα να έχει κάποιες γνώσεις, μόνο προηγούμενη εμπειρία όσον αφορά τον χειρισμό των πλυντηρίων και γενικά όλων των μηχανημάτων καθαρισμού λινών.

2.8.5 Υπάλληλος Λινοθήκης

Φροντίζει για την επάρκεια και άριστη κατάσταση των λινών, την αντικατάσταση των ακαθάρτων (σύμφωνα με την κατάσταση που δίνεται από την Υποδοχή), με καθαρά. Δεν χρειάζονται απαραίτητες γνώσεις, αλλά εμπειρία πάνω στον τομέα αυτό. Συνεργάζεται με όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου, τα οποία δουλεύουν με λινά (π.χ. για τυχόν προβλήματα ή παράδοση των έτοιμων λινών). Τέλος, καταγράφουν τα καθαριστικά υλικά που τελειώνουν και αποστέλλουν παραγγελία στο Τμήμα της Αποθήκης.

2.9 Κηπουρός

Είναι υπεύθυνος για την φροντίδα οποιασδήποτε φυσικής βλάστησης υπάρχει στον χώρο της ξενοδοχειακής μονάδας. Πρέπει να είναι εργατικός και να έχει ανάλογη εμπειρία στον τομέα της Κηπουρικής. Καθαρίζει τους χώρους των κήπων, περιποιείται τα δέντρα, τα λουλούδια, τα γκαζόν του ξενοδοχειακού καταλύματος και τα φυτά των εσωτερικών χώρων.

2.10 Τμήμα Συντήρησης

2.10.1 Προϊστάμενος Συντήρησης

Είναι προϊστάμενος σε ένα τμήμα το οποίο πρέπει να βρίσκεται πάντα σε ετοιμότητα. Πρέπει να διαθέτει τεχνικές γνώσεις και εμπειρία πάνω σ' αυτόν τον τομέα. Επιτηρεί τις γενικές εργασίες του τμήματος, αναθέτει εργασίες στους υφιστάμενους του, διακανονίζει τις ώρες εργασίας τους με τον Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού- Προσωπάρχη και τέλος μερικές φορές συμμετέχει και ο ίδιος σε ορισμένες επισκευές. Ακόμα είναι υπεύθυνος για την παραγγελία οποιονδήποτε πρώτων υλών απουσιάζουν από το τμήμα.

2.10.2 Υπάλληλοι Τμήματος Συντήρησης

Οι υπάλληλοι του Τμήματος Συντήρησης είναι ηλεκτρολόγοι, υδραυλικοί, μαραγκοί και οικοδόμοι. Επισκευάζουν οποιαδήποτε βλάβη είτε σε δωμάτια εκμετάλλευσης, είτε σε κάποιο τμήμα του ξενοδοχείου και είναι υπεύθυνα για την συντήρηση και επισκευή των εγκαταστάσεων και μηχανημάτων της ξενοδοχειακής μονάδας. Πρέπει να είναι εργατικοί και γνώστες του αντικειμένου στο οποίο εργάζονται. Οποιαδήποτε βλάβη παρουσιαστεί και τους κοινοποιηθεί, είναι υποχρεωμένοι να σπεύσουν να την επισκευάσουν. Τέλος, είναι υποχρεωμένοι να δίνουν αναφορά στον Προϊστάμενο τους για το υλικό ή τον εξοπλισμό που χρησιμοποίησαν.

2.11 Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού – Προσωπάρχης

Είναι υπεύθυνος για την πρόσληψη του προσωπικού και σε συνεργασία με το Τμήμα του Λογιστηρίου για την μισθοδοσία. Τα καθήκοντά του πρέπει να είναι τα ακόλουθα:

- Πρέπει να είναι Απόφοιτος Ξενοδοχειακής Σχολής.
- Πρέπει να διαθέτει εμπειρία πάνω στον τομέα του.
- Πρέπει να είναι γνώστης της Νομοθεσίας του Ξενοδοχειακού Τομέα.
- Πρέπει να είναι γνώστης ξένων γλωσσών.

Ο Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού - Προσωπάρχης, είναι ο αρμόδιος για την πρόσληψη προσωπικού και για την διεξαγωγή interview. Κατατοπίζει τα νέα μέλη του προσωπικού στον χώρο του ξενοδοχείου και στο συγκεκριμένο χώρο εργασίας τους. Επίσης, συνεργάζεται με το Τμήμα του Λογιστηρίου για την έκδοση του

φύλλου μισθοδοσίας των εργαζομένων. Ακόμη, καταρτίζει το πρόγραμμα εργασίας του προσωπικού κάθε τμήματος σε συνεργασία με τους προϊσταμένους των τμημάτων (εργάσιμες ημέρες, ρεπό), καθώς επίσης και τις άδειες και τα επιδόματα αδειών του προσωπικού και δημιουργεί εκπαιδευτικά προγράμματα για το προσωπικό προκειμένου να εξειδικευτεί και να βελτιωθεί το επίπεδο, των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τέλος, οφείλει να επιβλέπει τα διάφορα τμήματα εργασίας, προκειμένου να του γνωστοποιηθούν κάποια παράπονα ή προβλήματα από την μεριά του προσωπικού.

2.12 Τμήμα Λογιστηρίου

2.12.1 Υπεύθυνος Λογιστηρίου

Στο Τμήμα του Λογιστηρίου γίνονται οι ανάλογες εγγραφές ανοίγματος ή κλεισίματος των λογαριασμών πελατών και η παρακολούθησή τους. Τα προσόντα του Υπεύθυνου Λογιστηρίου πρέπει να διαθέτει τα εξής προσόντα:

- Να είναι Απόφοιτος Σχολής Λογιστών.
- Να έχει άριστη γνώση της ξενοδοχειακής Λογιστικής.
- Να έχει προηγούμενη εμπειρία στον τομέα αυτό.
- Να τον διακρίνει η τιμιότητα και η παρατηρητικότητα.

Επιβλέπει όλες τις εργασίες που πραγματοποιούνται στο Λογιστήριο, ελέγχει πολύ προσεκτικά τις χρεοπιστώσεις των λογαριασμών, για να αποφύγει λάθη τα οποία ίσως βλάψουν την καλή φήμη της ξενοδοχειακής μονάδας.

2.12.2 Υπάλληλος Λογιστηρίου

Ασχολείται με την μελέτη και καταγραφή της κίνησης του Εστιατορίου. Τα προσόντα του πρέπει να είναι:

- Να είναι Απόφοιτος Λογιστικής Σχολής.
- Να διαθέτει εμπειρία στον τομέα της ξενοδοχειακής Λογιστικής.

Καταγράφει καθημερινά οποιαδήποτε κίνηση έγινε στο Ξενοδοχείο, όπως για παράδειγμα, αγορές πρώτων υλών από το ξενοδοχείο, τα έσοδα των τμημάτων εκμετάλλευσης, πληρωμές των προμηθευτών κ.ά. Είναι πάντα σε θέση να δώσει οποιονδήποτε Ισολογισμό ή άλλα στοιχεία που μπορεί να του ζητηθούν.

2.13 Γιατρός Εργασίας

Είναι ιδιωτικός γιατρός που έχει συνάψει συμβόλαιο με το ξενοδοχείο και πληρώνεται από αυτό. Είναι πάντα σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση οποιουδήποτε ατυχήματος των πελατών ή των εργαζομένων της επιχείρησης.

2.14 Τμήμα Ασφάλειας

Σε αυτό το τμήμα προσλαμβάνονται υπάλληλοι με ειδικές ικανότητες, ικανοί να αντιμετωπίσουν κάθε εσωτερικό ή εξωτερικό κίνδυνο και είναι αυτοί που μεριμνούν για την ασφάλεια του ξενοδοχείου από αυτούς τους κινδύνους. Στον τομέα πυρασφάλειας, εκτός από τα τεχνικά μέτρα προστασίας, μπορεί να υπάρχει και ειδική ομάδα.

Κεφάλαιο 3

Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα

3.1 Προτάσεις που κατατέθηκαν στα ΠΕΠ από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Σύνολο περίπου 866 προτάσεων υποβλήθηκαν στα πλαίσια των ΠΕΠ από τουριστικές επιχειρήσεις σε όλες τις περιφέρειες της χώρας. Ο αριθμός αυτός κρίνεται εξαιρετικά χαμηλός, αν λάβει κανείς υπόψη ότι στην μεταποίηση οι προτάσεις υπερκάλυψαν τον προϋπολογισμό και ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ανέμεναν με έντονο ενδιαφέρον τις προκηρύξεις των μέτρων των ΠΕΠ για εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεών της.

Το Ξ.Ε.Ε. γνωρίζοντας του προβληματικούς όρους συμμετοχής στα προγράμματα των ΠΕΠ, κατέθεσε συγκεκριμένες προτάσεις στο Υπουργείο Οικονομίας, επισημαίνοντας ότι η έλλειψη ενδιαφέροντος των ξενοδόχων οφείλεται στους εξής λόγους:

1. Πολύ περιορισμένος αριθμός δικαιούχων, αφού μόνο τα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας μέχρι 50 κλίνες και τα Δ' και Ε' ανεξαρτήτως δυναμικότητας έχουν δικαίωμα υπαγωγής.
2. Ο ελάχιστος αριθμός απασχολουμένων και ο ελάχιστος κύκλος εργασιών ήταν υψηλός σε ορισμένες περιφέρειες της χώρας.
3. Υψηλό ποσοστό ίδιας συμμετοχής (30%).
4. Αποκλεισμός των μισθωμένων ξενοδοχείων.

Ο Γενικός Γραμματέας Επενδύσεων κ. Κώστας Θέος, σε συνάντηση που είχε με τον πρόεδρο του Ξ.Ε.Ε. κ. Γ.Λ. Φωκά για το θέμα της απορροφητικότητας των κονδυλίων των ΠΕΠ, δεσμεύθηκε ότι θα μελετήσει τις προτάσεις και επισημάνσεις του Ξ.Ε.Ε., αφού ολοκληρώθηκε η αξιολόγηση όλων των προτάσεων από τις περιφέρειες.

Αναγνώρισε πάντως ότι απαιτείται αναμόρφωση των κριτηρίων υπαγωγής προς τις κατευθύνσεις που ανέπτυξε το Ξ.Ε.Ε.

Η ΞΕΝΙΑ δημοσίευσε στο τεύχος Φεβρουαρίου αναλυτικά τις θέσεις του Ξ.Ε.Ε. για τα προγράμματα εκσυγχρονισμού των ΠΕΠ²².

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΘΕΜΑΤΙΚΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΠΕΠ	Προκηρυσσόμεν η Δ.Δ. ΠΕΠ (σε ευρώ)	Αριθμός Επενδυτικών Προτάσεων που υποβλήθηκαν ανά ΠΕΠ	Επιχορηγούμενος Προϋπολογισμός Προτάσεων ανά ΠΕΠ (σε ευρώ)	Κατ' εκτίμηση Δ.Δ. προτάσεων ανά ΠΕΠ (σε ευρώ)
Ανατολική Μακεδονία – Θράκη	3.651.900,00	35	3.291.868,42	1.481.340,79
Κεντρική Μακεδονία	13.352.500,00	32	5.682.573,62	1.988.900,77
Δυτική Μακεδονία	1.050.000,00	16	1.146.675,10	516.003,80
Ηπειρος	3.704.400,00	45	3.709.079,17	1.669.085,63
Θεσσαλία	5.730.900,00	52	4.578.402,14	1.831.360,86
Ιόνια Νησιά	4.298.700,00	173	15.729.234,70	7.078.155,62
Δυτική Ελλάδα	5.300.000,00	19	1.668.476,80	667.390,72
Στερεά Ελλάδα	2.758.000,00	51	5.908.347,32	2.363.338,93
Αττική	8.610.700,00	47	5.100.712,80	1.785.249,48
Πελοπόννησος	7.749.000,00	70	6.834.569,05	3.075.556,07
Βόρειο Αιγαίο	3.338.300,00	71	5.363.474,89	2.413.563,70
Νότιο Αιγαίο	5.254.000,00	196	18.117.628,16	8.152.932,67
Κρήτη	5.060.000,00	59	5.625.427,88	2.250.171,15
ΣΥΝΟΛΟ	69.858.400,00	866	88.756.470,05	35.273.050,17

Πηγή: Υπουργείο Οικονομία και Οικονομικών 2003

²² Βλ. Μηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο – ΞΕΕ, Τεύχος 213 – Απρίλιος / Μάιος 2003, σελ. 41 – 42

3.2 Ξενοδοχειακό Δυναμικό σε Χώρες της Ευρώπης²³

Χώρα	Αριθμός Ξενοδοχείων	Αριθμός κλινών	Αριθμός δωματίων	Αριθμός ξενοδοχοϋπαλλήλων
Αυστρία	19.798	550.989	270.472	156.000 ⁽¹⁾
Βέλγιο	1.699	-	58.557	16.204
Τσεχία	2.000	79.000	164.000	42.000
Δανία	559	-	-	80.000 ⁽²⁾
Εσθονία	89	-	4.500	2.925
Φινλανδία	754	-	49.980	21.000
Γαλλία	18.468	1.200.984	600.492	194.765
Γερμανία	39.364	1.601.805	869.124	276.100
Ελλάδα	8.527	626.914	330.348	90.000 ⁽³⁾
Ουγγαρία	718	100.604	42.362	78.000 ⁽⁴⁾
Ιρλανδία	1.360 ⁽⁵⁾	-	47.685 ⁽⁶⁾	57.218 ⁽⁷⁾
Ιταλία	31.220	1.689.348	909.566	200.000
Ολλανδία	2.900	191.583	91.600	60.000
Νορβηγία	1.456	143.804	66.428	27.855
Πορτογαλία	1.603	184.226	83.688	38.668
Ισπανία	14.835 ⁽⁸⁾	1.256.088 ⁽⁹⁾	661.962 ⁽¹⁰⁾	175.864
Σουηδία	1.700	170.000	89.000	28.000
Ελβετία	5.702	260.100	140.645	236.000
Ην. Βασίλειο	50.000-60.000 ⁽¹¹⁾	938.695	-	237.720

1. & 2. Μαζί με τους εργαζομένους στα εστιατόρια.
3. Μαζί με τους αυτοαπασχολούμενους στα ξενοδοχεία.
4. Μόνο οι πλήρους απασχόλησης υπάλληλοι σε ξενοδοχεία που απασχολούν πάνω από 5 εργαζόμενους.
5. 863 ξενοδοχεία και 497 ξενώνες.
6. 42.235 δωμάτια σε ξενοδοχεία και 5.450 σε ξενώνες.
7. 54.275 εργαζόμενοι σε ξενοδοχεία και 2.943 σε ξενώνες.
8. 6.804 ξενοδοχειακές μονάδες και 1 έως 5 αστέρια και 8.031 πανσιόν και ξενώνες.
9. 1.048.364 κλίνες σε ξενοδοχεία και 207.724 σε ξενώνες και πανσιόν.
10. 546.723 δωμάτια στα ξενοδοχεία και 115.239 δωμάτια σε πανσιόν και ξενώνες.
11. Ο αριθμός που είναι καταχωρημένος στους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού είναι 21.234.

²³ Βλ. Μηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο – ΕΕΕ, Τεύχος 213 – Απρίλιος / Μάιος 2003, σελ. 66

3.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Κρήτης 2005

ΝΟΜΟΣ - ΠΕΡΙΟΧΗ	Δεδομένα	5****	4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	14	110	93	190	103	510
	ΔΩΜΑΤΙΑ	4.404	12.826	5.448	6.305	3.034	32.017
	ΚΛΙΝΕΣ	8.866	24.249	10.376	11.961	5.579	61.031
ΛΑΣΗΘΙ	ΜΟΝΑΔΕΣ	13	30	39	110	45	237
	ΔΩΜΑΤΙΑ	2.416	3.112	1.928	3.383	611	11.450
	ΚΛΙΝΕΣ	4.637	5.980	3.698	6.179	1.120	21.614
ΡΕΘΥΜΝΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	31	68	157	26	288
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.709	3.987	3.930	4.907	482	15.015
	ΚΛΙΝΕΣ	3.281	7.724	7.391	8.971	921	28.288
ΧΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	4	29	95	284	59	471
	ΔΩΜΑΤΙΑ	684	2.240	4.017	9.565	1.298	17.804
	ΚΛΙΝΕΣ	1.425	4.356	7.431	16.937	2.398	32.547
ΣΥΝΟΛΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	37	200	295	741	233	1.506
	ΔΩΜΑΤΙΑ	9.213	22.165	15.323	24.160	5.425	76.286
	ΚΛΙΝΕΣ	18.209	42.309	28.896	44.048	10.018	143.480

3.4 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Δωδεκανήσων 2005

ΝΟΜΟΣ - ΠΕΡΙΟΧΗ	Δεδομένα	5****	4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
ΑΣΤΥΠΑΛΕΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ			1	4	2	7
	ΔΩΜΑΤΙΑ			42	51	37	130
	ΚΛΙΝΕΣ			86	98	60	244
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ		1	4	35	1	41
	ΔΩΜΑΤΙΑ		10	161	734	14	919
	ΚΛΙΝΕΣ		20	305	1.388	29	1.742
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ		3	19	75	5	102
	ΔΩΜΑΤΙΑ		75	796	1.597	57	2.525
	ΚΛΙΝΕΣ		148	1.500	2.942	93	4.683
ΚΑΣΣΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ					3	3
	ΔΩΜΑΤΙΑ					22	22
	ΚΛΙΝΕΣ					41	41
ΚΑΣΤΕΛΟΡΙΖΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ					3	3
	ΔΩΜΑΤΙΑ					41	41
	ΚΛΙΝΕΣ					73	73
ΚΩΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	2	35	51	152	9	249
	ΔΩΜΑΤΙΑ	593	8.031	3.102	5.915	142	17.783
	ΚΛΙΝΕΣ	1.236	15.572	5.906	11.033	274	34.021
ΛΕΙΨΟΙ	ΜΟΝΑΔΕΣ			1		1	2
	ΔΩΜΑΤΙΑ			30		15	45
	ΚΛΙΝΕΣ			54		28	82
ΛΕΡΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ			1	22	4	27
	ΔΩΜΑΤΙΑ			67	543	43	653
	ΚΛΙΝΕΣ			129	984	84	1.197
ΝΙΣΥΡΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ			1	4		5
	ΔΩΜΑΤΙΑ			20	100		120
	ΚΛΙΝΕΣ			37	196		233
ΠΑΤΜΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ			5	30	5	40
	ΔΩΜΑΤΙΑ			224	606	86	916
	ΚΛΙΝΕΣ			422	1.144	175	1.741
ΡΟΔΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	12	104	122	179	69	486
	ΔΩΜΑΤΙΑ	4.675	17.312	7.208	6.799	1.169	37.163
	ΚΛΙΝΕΣ	8.952	33.003	13.710	12.738	2.243	70.646
ΣΥΜΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ		4	6	4		14
	ΔΩΜΑΤΙΑ		64	103	85		252
	ΚΛΙΝΕΣ		131	202	156		489
ΤΗΛΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ			2	2	1	5
	ΔΩΜΑΤΙΑ			75	35	15	125
	ΚΛΙΝΕΣ			137	67	30	234
ΧΑΛΚΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ			2	1	1	4
	ΔΩΜΑΤΙΑ			9	3	8	20
	ΚΛΙΝΕΣ			24	6	15	45
ΣΥΝΟΛΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	14	147	215	514	98	988
	ΔΩΜΑΤΙΑ	5.268	25.492	11.837	16.531	1.586	60.714
	ΚΛΙΝΕΣ	10.188	48.874	22.512	30.866	3.031	115.471

Κεφάλαιο 4

Ξενοδοχειακή Απασχόληση

4.1 Η απασχόληση στα ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Στατιστική Υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε πρόσφατη έκθεσή της διαπιστώνει ότι η απασχόληση στα ξενοδοχεία και εστιατόρια αντιστοιχεί στο 6% της συνολικής απασχόλησης στον τομέα των υπηρεσιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Από το 1999 έως το 2001, όταν ο ρυθμός αύξησης των θέσεων εργασίας στο σύνολο της ευρωπαϊκής οικονομίας ήταν 3,5%, στον **κλάδο των ξενοδοχείων και εστιατορίων άγγιξε το 5,5%**.

Η αύξηση της απασχόλησης σ' αυτούς τους κλάδους ήταν ιδιαίτερα υψηλή αυτή την περίοδο, με χώρες, όπως η Ιταλία και η Ολλανδία, **να σημειώνουν αυξήσεις της τάξης του 13% και 14% αντιστοίχως**. Η απασχόληση των γυναικών εμφανίζεται περισσότερο αυξημένη σε σύγκριση με αυτή των ανδρών, αφού το 2001 το εργατικό δυναμικό στα ξενοδοχεία και εστιατόρια αντιστοιχούσε **για τις γυναίκες στο 53% του συνόλου και για τους άνδρες στο 47%**.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του κλάδου είναι η απασχόληση ατόμων σχετικά νεαρής ηλικίας: οι ηλικιακές ομάδες 15 – 24 ετών και 25 – 34 ετών πολύ πιο έντονη παρουσία σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους της ευρωπαϊκής οικονομίας. Σε ορισμένες μάλιστα χώρες όπως η Δανία, η Ιρλανδία, η Σουηδία, η

Φιλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο **οι παραπάνω ηλικιακές ομάδες υπερβαίνουν το 50% του εργατικού δυναμικού στα ξενοδοχεία και εστιατόρια.**

Η ανάλυση της Eurostat επισημαίνει ότι ο τουρισμός είναι ένα σύμπλεγμα ετερογενών δραστηριοτήτων και ότι είναι δύσκολο να υπάρξει συμφωνία για μια εξαντλητική καταμέτρηση του εργατικού δυναμικού. **Η απασχόληση στον τουρισμό γενικά περιλαμβάνει τα άτομα που εργάζονται σε κλάδους που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία.** Η εξάρτηση από τον τουρισμό ποικίλλει ανάλογα με το πεδίο δραστηριοτήτων και τα παραγόμενα προϊόντα.

Όσον αφορά στο πεδίο δραστηριοτήτων, γίνεται διάκριση μεταξύ **πρωτογενών τουριστικών δραστηριοτήτων** (διαμονή, πρακτόρευση, αεροπορική μεταφορά κ.λπ.) και **βοηθητικών δραστηριοτήτων**, οι οποίες δεν αποτελούν εξ ορισμού μέρος της τουριστικής βιομηχανίας, αλλά γίνονται στην πράξη τμήμα της λόγω της ζήτησης συγκεκριμένων προϊόντων: αναφέρονται τα τουριστικά εστιατόρια και μπαρ, οι τράπεζες όταν παρέχουν υπηρεσίες συναλλάγματος. Πρέπει επίσης να συμπεριληφθούν και μια σειρά από δραστηριότητες που συνδέονται έμμεσα με τον τουρισμό όπως οι κατασκευές τουριστικών καταλυμάτων, ο τομέας της τροφοδοσίας κ.ο.κ.

Υπάρχουν δύο πιθανοί τρόποι προσέγγισης για την μέτρηση της απασχόλησης στην τουριστική βιομηχανία. Ο πρώτος τρόπος βασίζεται στην ζήτηση ή στις τουριστικές δαπάνες. Ο τομέας προσδιορίζεται από τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζονται από τουρίστες και επισκέπτες. Ο δεύτερος τρόπος λειτουργεί στις ίδιες κατευθύνσεις, αλλά **βασίζεται στην πλευρά της προσφοράς ή της παραγωγής των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες και επισκέπτες.** Η ανάλυση της Eurostat υιοθετεί τον δεύτερο τρόπο και χρησιμοποιεί στοιχεία από τις έρευνες εργατικού δυναμικού ως κύρια πηγή πληροφοριών. Η κατανομή όμως των οικονομικών δραστηριοτήτων στις έρευνες εργατικού δυναμικού επιτρέπει να μελετήσει κανείς, μόνο το τμήμα της απασχόλησης που αναφέρεται στα ξενοδοχεία και εστιατόρια, πράγμα που είναι περιοριστικό, παρόλο που οι δύο αυτοί κλάδοι αποτελούν πολύ σημαντικές δραστηριότητες του τουριστικού τομέα.

4.2 Τα ξενοδοχεία και εστιατόρια απασχολούν το 6% του εργατικού δυναμικού στον τομέα των υπηρεσιών στην Ε.Ε.

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των δυτικών οικονομιών είναι το μεγάλο τμήμα της απασχόλησης που απορροφά ο τομέας των υπηρεσιών. Από τις σχετικές έρευνες φαίνεται ότι η συνολική απασχόληση ατόμων 15 – 64 ετών στον τομέα των υπηρεσιών κυμαίνεται από 1 θέση εργασίας ως δύο στην Πορτογαλία σε περισσότερες από 3 θέσεις εργασίας στις 4 στο Λουξεμβούργο.

Στα 15 κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο κλάδος των ξενοδοχείων και εστιατορίων απασχολεί το 6% συνολικού του εργατικού δυναμικού στον τομέα των υπηρεσιών, το οποίο όμως ποσοστό σε χώρες όπως **η Ισπανία, η Ελλάδα, η Ιρλανδία και η Πορτογαλία ανέρχεται στο 10%**.

Στη Σουηδία ωστόσο και στη Δανία τα αντίστοιχα ποσοστά είναι κάτω από το 4%, αλλά ειδικά στη Σουηδία βαίνει συνεχώς αυξανόμενη η απασχόληση στον κλάδο των ξενοδοχείων και εστιατορίων από το 1999 και μετά.

Πάντως σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση η απασχόληση στα ξενοδοχεία και εστιατόρια αυξήθηκε κατά **5,5% μεταξύ 1999 και 2001**, ενώ στους υπόλοιπους κλάδους της ευρωπαϊκής οικονομίας παρατηρήθηκε αύξηση της απασχόλησης κατά 3,5%. Τρεις χώρες της Ε.Ε. κατέγραψαν ποσοστά αύξησης που υπερβαίνουν το 10%: Λουξεμβούργο 39,9%, Ιταλία 14,7% και Ολλανδία 13,1%²⁴.

²⁴ Βλ. Μηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο – ΕΕΕ, Τεύχος 213 – Απρίλιος / Μάιος 2003, σελ. 20 – 22

	Απασχόληση σε ξενοδοχεία και εστιατόρια (σε χιλιάδες)			Μερίδιο απασχόλησης του τομέα των υπηρεσιών που αντιστοιχεί στα ξενοδοχεία και εστιατόρια	
	1999	2000	2001	1999	2001
Σύνολο Ε.Ε.	6082.6	6332.4	6419.9	6.0	6.0
Ευρωζώνη	4776.1	5031.3	5086.6	6.1	6.2
Βέλγιο	125.6	134.2	126.8	4.4	4.3
Δανία	64.3	68.0	64.8	3.4	3.4
Γερμανία	1143.9	1189.0	1184.2	5.1	5.1
Ελλάδα	248.6	248.0	250.1	10.6	10.6
Ισπανία	895.5	981.5	972.4	10.0	10.0
Γαλλία	747.0	777.0	793.1	4.8	4.8
Ιρλανδία	101.2	107.9	103.3	10.3	9.6
Ιταλία	724.5	759.3	831.3	5.7	6.3
Λουξεμβούργο	6.3	9.1	8.8	4.7	6.2
Ολλανδία	253.5	286.6	286.8	4.7	5.0
Αυστρία	205.9	212.4	197.4	8.8	8.3
Πορτογαλία	246.3	248.6	250.9	10.1	9.7
Φινλανδία	78.0	77.7	81.6	5.1	5.1
Σουηδία	110.3	113.9	121.3	3.8	3.9
Ην. Βασίλειο	1131.9	1119.3	1147.1	5.8	5.7
Ισλανδία	5.1	6.7	6.2	5.2	5.9
Νορβηγία	72.2	75.0	72.4	4.5	4.4
Ελβετία	109.6	115.0	132.4	4.3	5.0

4.3 Η κατανομή της απασχόλησης στον κλάδο των ξενοδοχείων και εστιατορίων κατά ηλικιακή ομάδα

Στην ευρωπαϊκή οικονομία γενικά η μεγαλύτερη σε πλήθος ηλικιακή ομάδα του εργατικού δυναμικού είναι τα άτομα μεταξύ 35 και 44 ετών, που αντιστοιχούν στο 28,3% του συνόλου. Αντιθέτως, στα ξενοδοχεία και εστιατόρια η πιο πολυπληθής ηλικιακή ομάδα είναι αυτή μεταξύ 25 και 34 ετών με ποσοστό 26,4% επί του συνόλου. Τα άτομα ηλικία 15 – 24 ετών είναι η τρίτη κατά σειρά ηλικιακή ομάδα που

απασχολείται στα ξενοδοχεία και εστιατόρια και καλύπτει ποσοστό 22,7%, ενώ στους υπόλοιπους κλάδους την τρίτη θέση καταλαμβάνει η ηλικιακή ομάδα ατόμων 45 – 54 ετών (ποσοστό 23,4%). Γενικά **το εργατικό δυναμικό που καλύπτει τις ανάγκες των ξενοδοχείων και εστιατορίων ανήκει σε πολύ νεότερες ηλικίες σε σύγκριση με το υπόλοιπο εργατικό δυναμικό.**

Στην Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Αυστρία και Πορτογαλία οι εργαζόμενοι ηλικίας 25 – 34 ετών συνιστούν το μεγαλύτερο τμήμα του εργατικού δυναμικού στα ξενοδοχεία και εστιατόρια. Στην Δανία, Φινλανδία, Σουηδία, Ολλανδία, Ιρλανδία και Ηνωμένο Βασίλειο κυριαρχεί η ηλικιακή ομάδα ατόμων 15 – 24 ετών.

Μόνο στη Γερμανία και στο Βέλγιο οι εργαζόμενοι ηλικίας 35 – 44 ετών συνιστούν το μεγαλύτερο τμήμα του εργατικού δυναμικού στους εν λόγω κλάδους.

4.4 Η απασχόληση των γυναικών

Σύμφωνα με τις σχετικές έρευνες που πραγματοποιήθηκαν το 2001 **οι περισσότερες θέσεις εργασίας στα ξενοδοχεία και εστιατόρια καλύπτονται από γυναίκες.** Μάλιστα στην Φινλανδία το ποσοστό των γυναικών είναι ιδιαίτερα υψηλό, αγγίζοντας το 72% όλων των θέσεων εργασίας. Σε τέσσερις χώρες Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία και Ιταλία απασχολούνται πολύ περισσότεροι άνδρες από γυναίκες στα ξενοδοχεία και εστιατόρια.

Στις παρακάτω χώρες οι 3 από τις τέσσερις θέσεις εργασίας στον κλάδο των ξενοδοχείων και εστιατορίων καταλαμβάνονται από γυναίκες: Δανία, Γερμανία, Γαλλία, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Αυστρία, Φινλανδία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο.

4.5 Λιγότερες ώρες εργασίας την εβδομάδα

Υπάρχουν διαφοροποιήσεις στον χρόνο εβδομαδιαίας απασχόλησης στα ξενοδοχεία και εστιατόρια των κρατών – μελών της Ε.Ε. λόγω της ισχύουσας εθνικής νομοθεσίας και των συλλογικών συμβάσεων εργασίας. Στην έρευνα χρησιμοποιούνται δύο τρόποι προσέγγισης: οι συνήθεις ώρες εβδομαδιαίας εργασίας και η πλήρης εβδομαδιαία απασχόληση. Οι συνήθεις ώρες εργασίας είναι αυτές που υπό κανονικές συνθήκες απασχολείται ένας εργαζόμενος την εβδομάδα, ενώ η πλήρης εβδομαδιαία

απασχόληση είναι αυτή που καθορίζεται από τις τυπικές συμβάσεις και διαφέρει από χώρα σε χώρα.

Το 2001 οι συνήθεις ώρες εβδομαδιαίας εργασίας ήταν πολύ πιο αυξημένες στον κλάδο των εστιατορίων και ξενοδοχείων σε σύγκριση με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας (39,1 ώρες έναντι 37,7 ωρών). Στο Βέλγιο, στην Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία και Λουξεμβούργο οι συνήθεις ώρες ξεπέρασαν τις 40 ώρες την εβδομάδα. Μόνο η Ολλανδία κατέγραψε 26,8 ώρες εβδομαδιαίας εργασίας, που είναι και ο χαμηλότερος χρόνος εβδομαδιαίας απασχόλησης στην Ε.Ε.

Παρατηρήθηκε επίσης το 2001 διαφορά περίπου 10 ωρών στις εβδομαδιαίες ώρες εργασίας που απασχολήθηκαν οι άνδρες σε σχέση με τις γυναίκες στην Ε.Ε. Η μεγαλύτερη διαφορά σημειώθηκε στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο (περίπου 12 ώρες), ενώ η μικρότερη στη Δανία περίπου 4,5 ώρες²⁵.

²⁵ Βλ. Μηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο – ΞΕΕ, Τεύχος 213 – Απρίλιος / Μάιος 2003, σελ. 23 - 25

Απασχόληση ανδρών και γυναικών στα ξενοδοχεία και εστιατόρια το 2001

	Σύνολο		Γυναίκες		Άνδρες	
	Γυναίκες	Άνδρες	Υπάλληλοι	Άλλοι	Υπάλληλοι	Άλλοι
%						
Σύνολο Ε.Ε.	53.4	46.6	79.6	20.4	69.6	30.4
Ευρωζώνη	52.4	47.6	75.9	24.1	66.1	33.9
Βέλγιο	51.2	48.8	56.4	43.6	55.3	44.7
Δανία	56.6	43.4	93.5	6.5	88.3	11.7
Γερμανία	57.8	42.2	82.8	17.2	68.9	31.1
Ελλάδα	46.7	53.3	65.6	34.4	55.5	44.5
Ισπανία	47.1	52.9	73.5	26.5	66.1	33.9
Γαλλία	48.5	51.4	80.4	19.6	74.3	25.7
Ιρλανδία	58.8	41.2	88.3	11.7	80.8	19.2
Ιταλία	48.4	51.6	60.7	39.3	54.1	45.9
Λουξεμβούργο	50.0	48.9	79.5	20.5	69.8	30.2
Ολλανδία	52.2	47.8	84.3	15.7	78.2	21.8
Αυστρία	63.7	36.2	84.8	15.2	72.3	27.7
Πορτογαλία	60.8	39.2	72.5	27.5	60.7	39.3
Φινλανδία	71.9	28.1	87.7	12.3	79.5	20.5
Σουηδία	55.6	44.4	89.5	10.5	74.0	26.0
Ην. Βασίλειο	57.5	42.5	92.6	7.4	85.5	14.5
Ισλανδία	59.7	41.9	89.2	10.8	80.8	19.2
Νορβηγία	67.4	32.7	94.1	5.9	92.0	8.0
Ελβετία	64.1	35.9	89.0	11.0	82.3	17.7

Απασχόληση ατόμων ηλικίας 15 – 64 ετών σε ξενοδοχεία και εστιατόρια

	15 – 24 ετών		25 – 34 ετών		35 – 44 ετών		45 – 54 ετών		55 – 64 ετών		65 + ετών	
	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια	Όλοι οι οικονομικοί κλάδοι	Ξενοδοχεία και εστιατόρια
%												
Σύνολο Ε.Ε.	11.3	22.7	25.8	26.4	28.3	24.7	23.4	17.5	10.0	7.5	1.25	1.2
Ευρωζώνη	10.7	18.8	26.2	27.7	28.9	26.0	23.7	18.7	9.3	7.7	1.2	1.2
Βέλγιο	8.8	15.3	28.2	27.5	31.4	28.7	24.6	17.7	6.5	9.9	0.5	1.0
Δανία	13.4	37.1	24.0	23.6	25.2	17.6	23.3	15.0	12.7	5.9	1.4	0.7
Γερμανία	11.3	18.9	22.7	25.0	29.8	26.9	23.8	19.1	11.3	8.7	1.0	1.4
Ελλάδα	8.9	14.3	26.0	30.3	26.5	25.4	23.4	18.4	12.6	9.6	2.6	1.9
Ισπανία	11.7	16.8	30.5	29.4	27.5	26.8	19.7	18.6	9.8	7.7	0.7	0.7
Γαλλία	9.0	17.0	26.8	28.1	29.2	26.8	27.5	21.8	7.1	5.5	0.4	0.8
Ιρλανδία	18.1	31.7	28.2	27.3	23.9	18.3	18.8	14.6	9.1	6.8	1.9	1.4
Ιταλία	8.0	13.3	28.0	31.5	30.3	26.9	23.7	17.5	8.5	8.7	1.5	2.1
Λουξεμβούργο	8.7	13.6	30.7	34.2	32.2	28.5	22.5	19.0	5.7	4.7	0.0	0.0
Ολλανδία	16.4	43.7	25.8	19.6	26.8	17.2	22.2	13.8	7.9	5.4	0.9	0.3
Αυστρία	12.6	19.4	27.5	28.0	30.6	27.7	21.8	18.5	6.7	5.6	0.9	0.8
Πορτογαλία	13.1	17.5	26.6	26.6	23.8	26.4	19.7	19.1	10.9	8.5	4.5	1.8
Φινλανδία	12.3	30.5	21.2	23.6	26.8	19.7	28.0	19.8	11.0	6.1	0.7	0.3
Σουηδία	11.0	35.2	22.9	28.3	24.4	19.5	24.0	11.1	16.1	4.9	1.7	1.0
Ην. Βασίλειο	13.8	37.9	24.5	20.9	26.5	19.8	22.1	13.1	11.5	7.0	1.5	1.3
Ισλανδία	17.6	60.1	21.6	14.5	24.4	11.0	20.3	11.7	12.3	2.8	3.9	0.0
Νορβηγία	12.9	38.0	24.9	28.7	24.9	16.6	22.8	10.4	13.0	6.3	1.5	0.0
Ελβετία	13.5	21.2	20.8	22.8	28.1	28.5	21.4	15.5	13.5	10.1	2.6	1.7

Κεφάλαιο 5

Οργάνωση Marketing

5.1 Ορισμός του marketing

Για πολλούς επιχειρηματίες ο όρος «μάρκετινγκ» δεν σημαίνει τίποτα περισσότερο από μια διαδικασία που ακολουθείται από τις επιχειρήσεις, προκειμένου αυτές να επιτύχουν τη διάθεση των αγαθών και υπηρεσιών τους στην αγορά, δηλαδή στους καταναλωτές ή χρήστες, αντί κάποιου κέρδους.

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι η σημασία αυτή που δίνεται πιο πάνω στον όρο «μάρκετινγκ» από πολλούς επιχειρηματίες κάθε άλλο παρά σαν ολοκληρωμένη μπορεί να θεωρηθεί και αυτό γιατί εκτός ότι παρουσιάζει ορισμένα σοβαρά κενά, από πλευράς εννοιολογικού περιεχομένου, είναι επίσης και μονόπλευρη.

Μιλώντας περισσότερο ακαδημαϊκά θα μπορούσαμε χωρίς άλλο να ορίσουμε το μάρκετινγκ σαν ένα ολοκληρωμένο σύστημα επιχειρηματικών ενεργειών και δραστηριοτήτων που εφαρμόζουν με κοινωνική υπευθυνότητα οι επιχειρήσεις, προκειμένου να διαπιστώσουν τις ανάγκες ή / και επιθυμίες της αγοράς, ώστε στη συνέχεια να προγραμματίσουν και αναπτύξουν προϊόντα που μπορούν να τις ικανοποιήσουν όσο δυνατόν περισσότερο γίνεται, να τιμολογήσουν σωστά τα προϊόντα αυτά και τέλος να προκαλέσουν την κατάλληλη στιγμή μια έντονη ζήτηση τους, που θα διευκολύνει την απρόσκοπτη διάθεσή τους στους καταναλωτές ή

χρήστες αντί κάποιου κέρδους, που μπορεί να είναι χρηματικό, υλικό ή και ιδεολογικό ακόμα.

Υπογραμμίζεται εντελώς ιδιαίτερα η σημασία του κέρδους, γιατί σε τελευταία ανάλυση σε αυτό στοχεύει αποκλειστικά το μάρκετινγκ.

Αν και η διαπίστωση ενός συνοπτικού και ταυτόχρονα ολοκληρωμένου, από πλευράς εννοιολογικού περιεχομένου, ορισμού του μάρκετινγκ παρουσιάζει βασικά ορισμένες τεχνικές δυσκολίες, δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να θεωρηθεί ότι είναι αδύνατη η διατύπωση ενός τέτοιου ορισμού, που να σκιαγραφεί έντονα τις κυριότερες, τουλάχιστον, επιχειρηματικές ενέργειες και δραστηριότητες, που συνθέτουν το σύστημα μάρκετινγκ.

Έτσι λοιπόν το μάρκετινγκ θα μπορούσε εντελώς συνοπτικά να οριστεί σαν ένα σύστημα παραγωγής και επικερδούς διάθεσης προϊόντων που ζητούνται στην αγορά²⁶.

5.2. Τα κυριότερα στάδια του marketing τουριστικών προϊόντων

Όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις ασχολούνται λίγο – πολύ με το μάρκετινγκ των προϊόντων τους την τουριστική αγορά. Η έκταση και ένταση όμως των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ διαφέρει σημαντικά ανάλογα με τον τύπο, το μέγεθος, τον τόπο εγκατάστασης και το βαθμό της εξάρτησής τους. Ένας tour operator έχει οπωσδήποτε μεγάλα περιθώρια για να αποφασίσει πως θα τιμολογήσει το προϊόν του, καθώς επίσης πώς θα το διανείμει και προωθήσει στην τουριστική αγορά. Αντίθετα μια μικρή ή μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακή επιχείρηση που είναι εγκατεστημένη σε ένα τουριστικό κέντρο, δεν θα είναι σε θέση να προγραμματίσει το μείγμα του μάρκετινγκ ανεξάρτητα και αυτό γιατί οι τιμές διάθεσης του προϊόντος της είναι πολύ πιθανό να υπαγορεύεται από τους tour operators και τους τουριστικούς πράκτορες, οι οποίοι ουσιαστικά ελέγχουν τις πωλήσεις της. Οι δυνατότητες που έχει κατά συνέπεια για να τιμολογήσει, διανείμει και προωθήσει το προϊόν της στην τουριστική αγορά, όπως αυτή θα ήθελε, είναι αν όχι ανύπαρκτες τουλάχιστον περιορισμένες, όπως περιορισμένες πρέπει να θεωρούνται και οι δυνατότητες εφαρμογής συλλογικού μάρκετινγκ ή συμβιωτικού όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς.

²⁶ Βλ. Ηγουμενάκης Νίκος «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Αθήνα 1999, σελ. 29 – 30

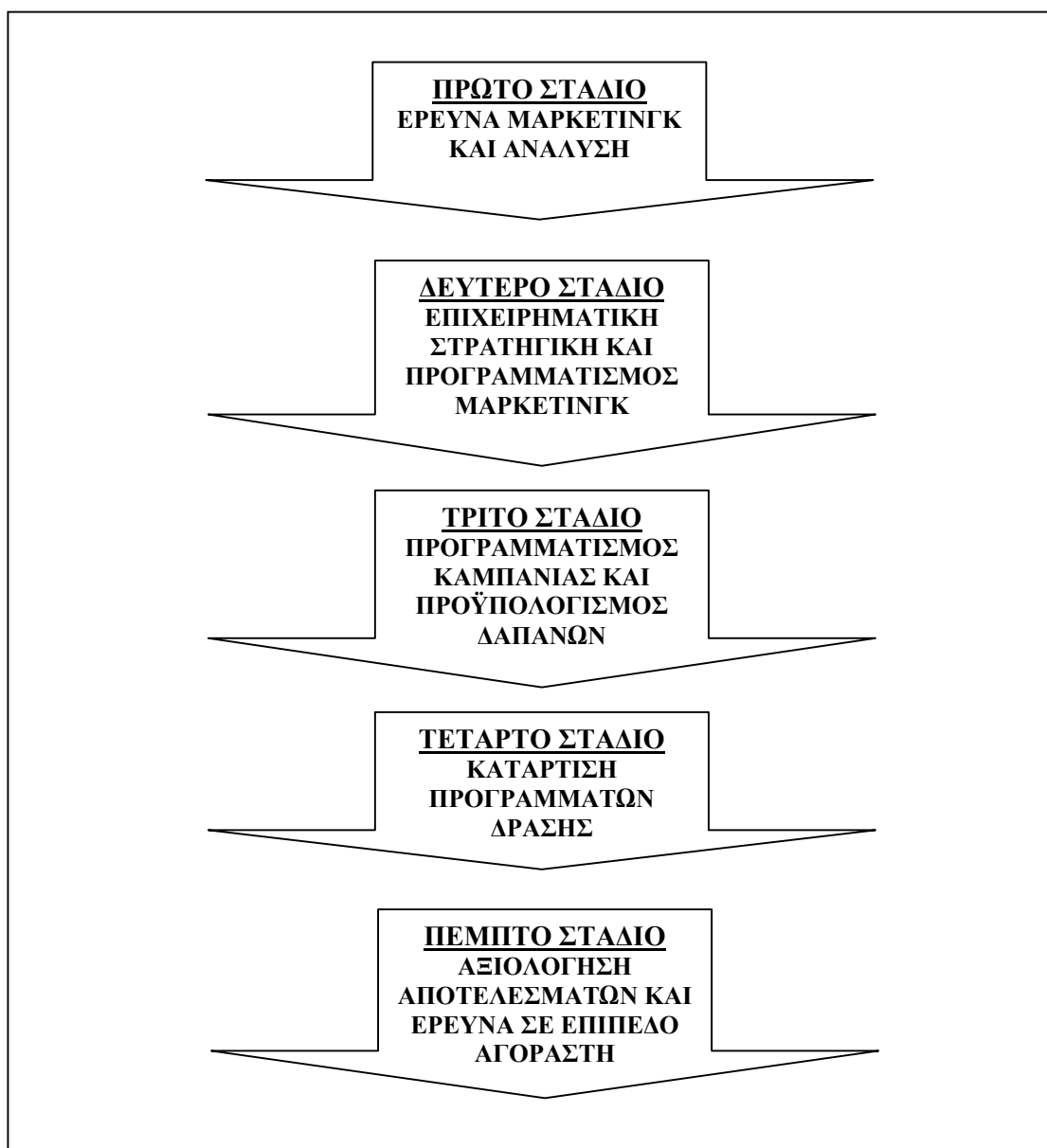
Τα κυριότερα στάδια που ακολουθούνται κατά κανόνα από τις τουριστικές επιχειρήσεις τόσο στο μάρκετινγκ τουριστικών υπηρεσιών όσο και στο μάρκετινγκ τουριστικών αγαθών είναι πέντε (βλέπε διάγραμμα) και συγκεκριμένα τα εξής:

1. *Έρευνα μάρκετινγκ και ανάλυση*: στο στάδιο αυτό που είναι το πρώτο επιχειρείται μια συνεχής και λεπτομερής εκτίμηση των ιστορικών και προγραμματισμένων τάσεων στο εξωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Επίσης περιλαμβάνει έρευνα αγοραστικής συμπεριφοράς και αξιολόγησης προγενέστερων δαπανών για μάρκετινγκ και των αποτελεσμάτων.
2. *Επιχειρηματική στρατηγική και προγραμματισμός μάρκετινγκ*: στο στάδιο αυτό που είναι το δεύτερο, επιχειρείται η ανάπτυξη της έρευνας και ανάλυσης σε όλη την έκταση των επιχειρηματικών στρατηγικών και στρατηγικών μάρκετινγκ, καθώς επίσης των επιχειρησιακών προγραμμάτων. Επίσης περιλαμβάνει προγράμματα προϊόντων και παραγωγικής δυνατότητας.
3. *Προγραμματισμός καμπάνιας και προϋπολογισμός δαπανών*: στο στάδιο αυτό που είναι το τρίτο, επιχειρείται η κατάρτιση κοστολογημένων επιχειρησιακών προγραμμάτων για να συνδυάσουν σε ενιαίο σύνολο τα τέσσερα βασικά συστατικά στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ, δηλαδή του προϊόντος, της τιμής, της προώθησης και της διανομής.
4. *Κατάρτιση προγραμμάτων δράσης*: στο στάδιο αυτό που είναι το τέταρτο, επιχειρείται η κατάρτιση λεπτομερειακών προγραμμάτων εβδομαδιαίας και μηνιαίας δραστηριότητας για όλες τις μορφές προώθησης και διανομής προϊόντων.
5. *Αξιολόγηση αποτελεσμάτων και έρευνα σε επίπεδο αγοραστή*: στο στάδιο αυτό που είναι το πέμπτο και τελευταίο, επιχειρείται ο έλεγχος και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ που έχουν ήδη ολοκληρωθεί και γίνεται έρευνα σε επίπεδο αγοραστή, για να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο ικανοποιήθηκαν συγκεκριμένες ανάγκες ή επιθυμίες του από τις αγορές που έκανε και αν άξιζαν αυτές τα χρήματα που ξόδεψε για να τις πραγματοποιήσει. Επίσης τροφοδοτείται με στοιχεία ο επόμενος κύκλος της διαδικασίας του μάρκετινγκ²⁷.

²⁷ Βλ. Ηγουμενάκης Νίκος «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Αθήνα 1999, σελ. 95 – 98

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα κυριότερα στάδια του marketing τουριστικών προϊόντων



5.3 Επικοινωνία

Το τελευταίο στοιχείο του μίγματος μάρκετινγκ είναι η *επικοινωνία*, το εργαλείο για την επίτευξη των στόχων που τόσο συχνά συγχέεται με το ίδιο το μάρκετινγκ. Μία άτυπη επικοινωνία συμβαίνει κάθε στιγμή όπου ένας κάτοικος συναναστρέφεται με έναν τουρίστα μέσω του λόγου και της γλώσσας του σώματος. Είναι ευκολότερο φυσικά για τους υπεύθυνους του μάρκετινγκ ενός προορισμού να ελέγξουν τα επίσημα εργαλεία της επικοινωνίας, ουσιαστικά την *διαφήμιση*, τις *δημόσιες σχέσεις*, την *προώθηση πωλήσεων*, την *προσωπική πώληση* και το *έντυπο υλικό*. Ο συνδυασμός

αυτών των εργαλείων αποτελεί το βασικό μίγμα της επικοινωνίας. Εάν θεωρηθεί απαραίτητο μπορούν να σχεδιαστούν ξεχωριστά σχέδια για κάθε ένα από τα εργαλεία της επικοινωνίας, καλύπτοντας το *κοινό – στόχος*, τους *στόχους*, την *στρατηγική*, τις *τακτικές* και την *αξιολόγηση* και τον *έλεγχο*, συμπεριλαμβάνοντας και τον *προϋπολογισμό*.

Θα πρέπει να σημειωθούν εδώ κάποια εισαγωγικά σημεία σχετικά με την αποστολή της επικοινωνίας για τους τοπικούς προορισμούς:

- Όλο και περισσότερο οι τοπικοί προορισμοί υιοθετούν ένα ρόλο διευκόλυνσης για τους μεμονωμένους τουρίστες, δια μέσου ενημερωτικών φυλλαδίων, χρησιμοποιώντας ένα λογότυπο του προορισμού.
- Οι εκστρατείες επικοινωνίας πρέπει να χρησιμοποιούνται ώστε να υποστηρίζουν τη δημοσιότητα της περιοχής για μεγαλύτερο όφελος. Η προώθηση των πωλήσεων ενισχύεται από την διαφήμιση και η διαφήμιση από τις δημόσιες σχέσεις. Ένα προσχεδιασμένο πρόγραμμα επικοινωνιών είναι αναγκαίο για να μην χαθούν οι ευκαιρίες για τον τουριστικό προορισμό.
- Θα πρέπει να αξιοποιηθούν ευκαιρίες για κοινές καμπάνιες επικοινωνίας δημοσιοποιώντας τα δυνατά σημεία του τουριστικού προορισμού ή τα φυσικά αγαθά που διαθέτει ή τις υπηρεσίες που παρέχει.

Η επικοινωνία οφείλει να δημοσιοποιεί την πραγματικότητα των τουριστικών προορισμών, την αντικειμενική κατάσταση των υφιστάμενων τουριστικών πόρων, τις συνολικές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες, για να μπορέσει το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης να θέσει πια αποσαφηνισμένες προτεραιότητες²⁸.

5.4 Στρατηγικές Επικοινωνίας

Οι στρατηγικές της επικοινωνίας συνοψίζουν το μίγμα των εργαλείων της επικοινωνίας: διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων, προσωπική πώληση, έντυπο υλικό και περιγράφουν τον τρόπο που το κάθε ένα «εργαλείο» υλοποιεί το σχέδιο. Για να φτάσουμε σε αυτές τις στρατηγικές πρέπει να εξεταστεί το καθένα «κύριο εργαλείο της επικοινωνίας».

²⁸ Βλ. Καραγιάννης – Έξαρχος «Τουρισμός – Τουριστική Οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική», Ηράκλειο 2006, σελ. 362 – 364

5.4.1 Διαφήμιση

Ορίζεται ως ένα απρόσωπο, πληρωμένο μέσο επικοινωνίας από έναν καθορισμένο χορηγό σε ένα μέσο εμπορικά διαθέσιμο. Σε αυτήν την περίπτωση ο χορηγός είναι ο τοπικός τουριστικός προορισμός. Ένα διαφημιστικό γραφείο προσφέρει μια ειδικευμένη δημιουργική εργασία σε συμφέρουσες τιμές ώστε να αγοραστεί ένας χώρος ή χρόνος στα ΜΜΕ.

Από τον συνολικό προϋπολογισμό τυπικά μόνο το 10-15% δαπανάται στο δημιουργικό και παραγωγικό κόστος, με το 85-90% να καθορίζεται για την αγορά κάποιου χώρου για διαφήμιση στα κατάλληλα μέσα. Η τηλεόραση και ο κινηματογράφος είναι απαγορευτικά μέσα για έναν προορισμό. Εάν ένας προορισμός ήταν να εξετάσει την δαπάνη για τη διαφήμισή του, στα πλαίσια της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης για το ταξίδι και τον τουρισμό, θα ανακάλυπτε ότι είχε ένα μικρό "μερίδιο φωνής" στην αγορά. Συνεπώς μόνο μία δημιουργική διαφήμιση της οποίας ελέγχονται τα αποτελέσματα θα έκανε αυτή την δαπάνη να αξίζει πραγματικά.

5.4.2 Δημόσιες Σχέσεις

Ορίζονται ως η σχεδιασμένη και συνεχής προσπάθεια για να καθιερωθεί και να διατηρηθεί η καλή θέληση και η αμοιβαία κατανόηση μεταξύ ενός τουριστικού προορισμού και του κοινού των επισκεπτών του. Οι δημόσιες σχέσεις αυξάνουν την δημοτικότητα ενός τουριστικού προορισμού εν μέρει λόγω της ουσιαστικής φύσης του τουρισμού που προσαρμόζεται σε ιστορίες άξιες δημοσίευσης και εν μέρει λόγω του αυξανόμενου κόστους της διαφήμισης. Οι δημόσιες σχέσεις οι οποίες αντιμετωπίζονται επαγγελματικά μπορούν να δημιουργήσουν την συνειδητοποίηση, το ενδιαφέρον, την κατανόηση, και την πληροφόρηση με ένα μόνο μέρος από το κόστος της διαφήμισης. Οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να στοχεύσουν σε ένα ευρύ φάσμα φίλων – επισκεπτών.

Ως ένα γενικού ενδιαφέροντος θέμα είναι, ο τουριστικός προορισμός έχει πλεονεκτήματα στην τοποθέτηση του τουριστικού προϊόντος να αναζητεί χορηγία. Αντιθέτως, εάν είναι ευάλωτος στα απρόβλεπτα φυσικά γεγονότα ή σε αυτά που προκαλούνται από τον άνθρωπο, τότε κατ' ανάγκη πρέπει να κάνει καλή διαχείριση των κρίσεων.

Οι δημόσιες σχέσεις αναπτύσσουν την αξιοπιστία του τουριστικού προορισμού. Ζητήματα όπως η πιστοποίηση της προστασίας του περιβάλλοντος, η

ικανοποίηση του πελάτη, η ποιότητα του προϊόντος, αναφέρονται όλα στην αξιοπιστία. Η αύξηση της διαφάνειας, μέσω των δημοσίων σχέσεων, πριν ακόμα δημιουργηθεί η αξιοπιστία, αποτελεί μικρή τομή στις αυτοεπιβαλλόμενες εκτιμήσεις.

5.4.3 Προώθηση Πωλήσεων

Ορίζεται ως το οποιοδήποτε προσωρινό βραχυχρόνιο κίνητρο που είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να προκαλέσει ένα είδος δράσης στην αγορά – στόχος. Μιλώντας γενικά, η αγορά – στόχος αποτελείται από:

- τα τμήματα της τουριστικής αγοράς
- τους μεσάζοντες που εξασφαλίζουν τη διανομή
- τους ντόπιους κατοίκους, τους εργαζόμενους, τις τοπικές επιχειρήσεις φιλοξενίας κ.λπ.

Μέσα στην τεχνική προώθησης πωλήσεων είναι και οι εκπτώσεις των τιμών που έχουν άμεση επίδραση, ενώ κάποιες άλλες δράσεις όπως είναι λ.χ. οι διαγωνισμοί έχουν καθυστερημένη επίδραση. Θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ της προώθησης πωλήσεων που βασίζεται στις εκπτώσεις των τιμών και στην προώθηση που βασίζεται στην προστιθέμενη αξία, γιατί η προστιθέμενη αξία μπορεί να είναι η βελτιωμένη πρόταση με την οποία οι προορισμοί προσπαθούν να απομακρυνθούν από μια σύγκριση των τιμών. Βεβαίως όλοι οι προορισμοί πρέπει να αξιολογήσουν την προώθηση των πωλήσεων στο πλαίσιο της επίδρασης της εικόνας και της θέσης, ακόμα κι αν αυτό είναι απίθανο να αναφερθεί ως ένας στόχος και ως εργαλείο της επικοινωνίας²⁹.

5.4.4 Τουριστικά Έντυπα

Περιλαμβάνουν μπροσούρες, ενημερωτικά φυλλάδια, ταχυδρομικές κάρτες, επαγγελματικές κάρτες, χάρτες, τα χρονοδιαγράμματα των μέσων μεταφοράς και τα εισιτήρια. Όλα είναι χειροπιαστές ενδείξεις που αφορούν την τουριστική εμπειρία και σχεδιάζονται για:

- να δημιουργήσουν ή να ενισχύσουν την εικόνα ή την θέση του προορισμού

²⁹ Βλ. Καραγιάννης – Έξαρχος «Τουρισμός – Τουριστική Οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική», Ηράκλειο 2006, σελ. 365 – 368

- να δώσουν πληροφορίες για τον προορισμό
- να συγκεντρώσουν όλα τα ξεχωριστά τουριστικά συστατικά της διαμονής, των αξιοθέατων των δραστηριοτήτων, των εκδρομών κ.λπ., σε ένα σταθερό και κατανοητό σχήμα
- να λειτουργήσουν ως μία τεχνική πώλησης, όπως λ.χ. ένα δελτίο κράτησης ή ένα κουπόνι προώθησης πωλήσεων
- να μειώσουν το άγχος της προαγοράς των δυνητικών τουριστών παρέχοντας τους μετά την κράτηση την διαβεβαίωση της κράτησης
- να αλλάξουν την συμπεριφορά των τουριστών μειώνοντας τις αρνητικές φυσικές και κοινωνικοπολιτιστικές συνέπειες στον τουριστικό προορισμό
- να εξοικειώσουν τον τουρίστα με τον τουριστικό προορισμό, παροτρύνοντας τον ακόμα να αυξήσει την διάρκεια παραμονής του.

Η χρήση του χρώματος, των φωτογραφιών που χρησιμοποιείται για τον τουριστικό προορισμό, τα σχεδιαγράμματα, οι χαρακτήρες εκτύπωσης, η πυκνότητα και το στυλ του κειμένου, το πάχος και η ποιότητα του χαρτιού μεταφέρουν και αισθήματα του τουρίστα στον προορισμό.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
2006

Ν.Π.Δ.Δ.
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ

Ξενοδοχειακές

της Χώρας
Ταχ. Δ/ση : Σταδίου 24 - (Τ.Κ. 105 64)
Πληροφορίες : Χ. Σμέτης
Τηλέφωνο : 21 - 033 10 022
FAX : 21 - 032 25 449
e - mail : grhotels@otenet.gr

Αθήνα 22 Μαρτίου

Αριθ. Πρωτ.: 1627
ΠΡΟΣ: Όλες τις

Επιχειρήσεις

ΘΕΜΑ: Καθορισμός ελαχίστων τιμών ξενοδοχείων έτους 2006 (1/4/06 – 31/3/07).

ΣΧΕΤ.:

1. Απόφαση

της Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης με αριθ. 3539/21-3-2006.

2. Απόφαση του Υφυπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης με αριθ. 11720/31-12-04 (ΦΕΚ 16/Β/2005).

Σας γνωρίζουμε ότι με την αριθ. 3539/21-3-2006 απόφαση της Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης παρατείνεται μέχρι 31/3/2007 η ισχύς της με αριθ. 11720/2004 (ΦΕΚ Β/16/2005) υπουργικής απόφασης περί καθορισμού ελαχίστου τιμών ξενοδοχείων για το χρονικό διάστημα 1/4/05 μέχρι 31/3/2006.

Παραμένουν δηλαδή σε ισχύ μέχρι 31/3/2007 οι τιμές και οι πινακίδες τιμών των ξενοδοχείων που δηλώθηκαν και εγκρίθηκαν για τη χρονική περίοδο 1/4/2005 – 31/3/2006.

Τα νέα ξενοδοχεία θα υποβάλουν στο Ξ.Ε.Ε. κανονικά δηλώσεις τιμών σύμφωνα με τις οδηγίες που αναγράφονται παρακάτω. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα σε παλιά ξενοδοχεία να καταθέσουν νέες υπεύθυνες δηλώσεις τιμών στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- α) Αν έχει συμβεί οποιαδήποτε μεταβολή στην επιχείρηση για την οποία είναι επιβεβλημένη η υποβολή νέων δηλώσεων τιμών και**
- β) Όταν κρίνεται αναγκαία η διαφοροποίηση της τιμολογιακής πολιτικής της επιχείρησης.**

Όσοι εντάσσονται στις παραπάνω περιπτώσεις παρακαλούνται να επικοινωνήσουν με το Ξ.Ε.Ε. για την αποστολή όλου του σχετικού υλικού. Οι υπεύθυνες δηλώσεις τιμών, ο τιμοκατάλογος και οδηγίες για την συμπλήρωση και υποβολή τους βρίσκονται στο site του Ξ.Ε.Ε. στην διεύθυνση **www.grhotels.gr/Δηλώσεις τιμών 2006**.

Όσον αφορά στις **πινακίδες τιμών** που τοποθετούνται στα δωμάτια, για λόγους αποφυγής τυχόν παρανοήσεων από τους πελάτες, καλό θα ήταν και τα ξενοδοχεία που θα διατηρήσουν τις ίδιες τιμές τους έτους 2005/2006 να **αναρτήσουν νέες πινακίδες τιμών τις οποίες θα μπορούν να προμηθευτούν από την ένωσή τους αρχές Απριλίου.**

Για τη σωστή συμπλήρωση των εντύπων σας γνωρίζουμε τα παρακάτω:

1. ΧΡΟΝΙΚΑ ΔΙΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΠΕΡΙΟΔΟΙ.

Με την απόφαση καθορίζονται κατώτατα όρια τιμών για δύο περιόδους: **ΧΑΜΗΛΗ και ΥΨΗΛΗ.**

Η κάθε περίοδος καθορίζεται ελεύθερα και μπορεί να περιλαμβάνει **όσα** χρονικά διαστήματα

επιθυμεί ο ξενοδόχος, με την ίδια ή διαφορετική τιμή για το καθένα.

2. ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΔΗΛΩΣΕΩΝ ΤΙΜΩΝ.

- α) Οι τιμές που επιθυμεί ο κάθε ξενοδόχος να εισπράττει για το ξενοδοχείο του, είναι ελεύθερες, με την προϋπόθεση ότι σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να είναι χαμηλότερες των κατωτάτων ορίων ανά περίοδο. Εάν δηλώσει μία τιμή για όλη την τουριστική περίοδο, αυτή δεν πρέπει να είναι μικρότερη της αντίστοιχης κατώτερης τιμής της χαμηλής περιόδου.
- β) Τιμές για δωμάτια χωρίς λουτρό δεν θα δηλωθούν, θα εισπράττεται όμως για τα δωμάτια αυτά, η τιμή του αντίστοιχου δωματίου με λουτρό, μειωμένη κατά 25%.
- γ) Τιμές για τρίκλινα δωμάτια δεν θα δηλωθούν, αλλά θα εισπράττονται οι τιμές των δίκλινων, προσαυξημένες κατά 30%.
- δ) Οι τιμές των διαμερισμάτων των ξενοδοχείων είναι ελεύθερες, πρέπει όμως να δηλωθούν.
- ε) Ορισμένα δωμάτια ή διαμερίσματα μπορούν να χαρακτηριστούν από τον ξενοδόχο ως **πλεονεκτικά ή μειονεκτικά** και να δηλωθούν γι' αυτά αυξημένες ή μειωμένες αντίστοιχα τιμές.
- στ) Οι τιμές του πρωινού, του γεύματος ή δείπνου και της τηλεφωνικής μονάδας είναι ελεύθερες, πρέπει όμως να δηλωθούν.
- ζ) **Οι δηλούμενες τιμές δωματίων, πρωϊνού ή γεύματος και τηλεφωνικής μονάδος, θα περιλαμβάνουν τις νόμιμες επιβαρύνσεις.**

3. ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΟΓΩΝ ΤΙΜΩΝ.

Στους καταλόγους τιμών θ' αναγραφούν οι αριθμοί των δωματίων και διαμερισμάτων, ανά κατηγορία και οι αντίστοιχες τιμές τους, ανά χρονικό διάστημα. Οι τιμές για τα απλά δωμάτια και για τα τρίκλινα, **θα δηλωθούν στους καταλόγους τιμών** και θα υπολογιστούν σύμφωνα με την παραπάνω παράγραφο 2 περίπτωση β & γ.

4. ΥΠΟΒΟΛΗ - ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΔΗΛΩΣΕΩΝ ΤΙΜΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΟΓΩΝ ΤΙΜΩΝ.

Τα ξενοδοχεία θα υποβάλουν στο Ξ.Ε.Ε. πριν την έναρξη λειτουργίας τους τις υπεύθυνες δηλώσεις τιμών σε 4 αντίγραφα (με μία φωτοτυπία του σήματος λειτουργίας) και τους καταλόγους τιμών σε 3 αντίγραφα, υπογεγραμμένα από τον νόμιμο εκπρόσωπο της επιχείρησης. **Το Ξ.Ε.Ε. θα ελέγξει και θα εγκρίνει τις υπεύθυνες δηλώσεις τιμών, ως προς τα κατώτατα όρια και τους καταλόγους τιμών, για την ορθή συμπλήρωσή τους.**

Μετά την θεώρηση και έγκρισή τους, το Ξ.Ε.Ε. θα αποστείλει ένα θεωρημένο αντίγραφο υπεύθυνης δήλωσης τιμών και έναν θεωρημένο κατάλογο τιμών σε κάθε ξενοδοχείο **τα οποία υποχρεωτικά θα τηρούνται στην υποδοχή και θα επιδεικνύονται σε κάθε ενδιαφερόμενο πελάτη.** Επίσης θ' αποστείλει ένα θεωρημένο αντίγραφο δήλωσης τιμών κάθε ξενοδοχείου στις αρμόδιες Υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ.

5. ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ ΤΙΜΩΝ.

Μετά τη λήψη της εγκεκριμένης δήλωσης και του καταλόγου τιμών, οι ξενοδόχοι πρέπει να προμηθευτούν από το Ξ.Ε.Ε. ή από τον τοπικό σύλλογο ξενοδόχων, τις πινακίδες τιμών στις οποίες θα μεταφέρουν τις εγκεκριμένες τιμές τους.

Για την καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτησή σας πρέπει ν' απευθύνεστε στις τοπικές Ενώσεις Ξενοδόχων για την προμήθεια των πινακίδων, ακόμη και εάν δεν είστε μέλη τους.

Οι πινακίδες τιμών που υποχρεωτικά αναρτώνται στα δωμάτια των ξενοδοχείων, υπογράφονται ΜΟΝΟ από τον επιχειρηματία ή τον Δ/ντή του ξενοδοχείου, ο οποίος ευθύνεται για την ορθή μεταφορά των τιμών από την εγκεκριμένη δήλωση σ' αυτές, καθώς και για την ακριβή τήρησή τους.

Εφιστούμε την προσοχή σας ότι, σε περίπτωση ασυμφωνίας των τιμών των πινακίδων με τις

αναγραφόμενες στις εγκεκριμένες Υπεύθ. Δηλώσεις τιμών, θα επιβάλλονται οι προβλεπόμενες κυρώσεις του Ν. 2160/93.

Νέες πινακίδες τιμών έτους 2006 καλό θα ήταν, προς αποφυγή προστριβών με τους πελάτες τους, ν' αναρτήσουν και όσοι επιχειρηματίες επιλέξουν να διατηρήσουν τις εγκεκριμένες τιμές του προηγούμενου έτους.

Στις καρτέλες τιμών των δωματίων, πρέπει να αναγράφονται και οι δηλωθείσες τιμές πρωϊνού ή γεύματος και η τιμή της τηλεφωνικής μονάδας.

Εάν το ξενοδοχείο έχει έγκριση παροχής υποχρεωτικού πρωϊνού ή ημιδιατροφής, αυτό πρέπει να αναγράφεται στις πινακίδες τιμών, και να αποστέλλεται η απόφαση έγκρισης του Ε.Ο.Τ. στο Ξ.Ε.Ε.

6. ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ - ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΕΠΙ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ.

Μετά την έγκρισή τους οι τιμές είναι δεσμευτικές. Αυξομείωση των εγκεκριμένων τιμών πέραν των παρακάτω αναφερόμενων περιπτώσεων, αποτελεί παράβαση κατά τις διατάξεις του ν. 2160/93 και επισύρει την επιβολή των προβλεπομένων κυρώσεων από τις αρμόδιες υπηρεσίες.

Οι εγκεκριμένες σταθερές τιμές μπορούν να μειωθούν στις παρακάτω περιπτώσεις:

- α) Οι επιχειρήσεις μπορούν να προβαίνουν σε εκπτώσεις μέχρι 50% επί των εγκεκριμένων τιμών, με την προϋπόθεση ότι η τιμή που θα προέρχεται από την παραπάνω έκπτωση δεν θα είναι κατώτερη από την ελάχιστη τιμή της κατηγορίας αστερων που ανήκει το ξενοδοχείο.
- β) Κατ' εξαίρεση για τους δικαιούχους των προγραμμάτων Κοινωνικού και Εσωτερικού Τουρισμού και των φοιτητών ή σπουδαστών που για τη στέγασή τους μεσολαβούν το Υπουργείο Παιδείας ή κρατικά εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι επιχειρήσεις μπορούν βάσει της Σύμβασης που υπογράφεται μεταξύ αυτών και των φορέων του Δημοσίου να προβαίνουν σε εκπτώσεις και μεγαλύτερες του 50% των εγκεκριμένων τιμών, χωρίς την παραπάνω δέσμευση.

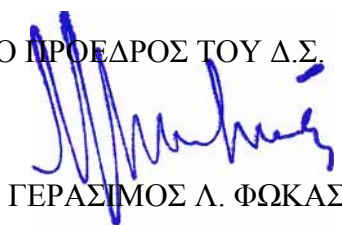
7. ΓΕΝΙΚΑ

- α) Το κάθε δωμάτιο ή διαμέρισμα δεν μπορεί να μοιράζεται σε δύο ή περισσότερους πελάτες.
- β) Εφόσον δίκλινο δωμάτιο ξενοδοχείου Γ' τάξης και άνω διατεθεί σε ένα άτομο, θα εισπράττεται το 80% της τιμής.
- γ) Ο πελάτης υποχρεούται να εκκενώσει το δωμάτιο μέχρι και την 12η ώρα. Παραμονή πέρα από την ώρα αυτή και μέχρι την 18η ώρα υποχρεώνει τον πελάτη στην καταβολή του μισού ενοικίου. Παραμονή πέρα από την 18η ώρα υποχρεώνει τον πελάτη στην καταβολή ολόκληρου του ενοικίου.
- δ) Εάν από τον πελάτη ζητηθεί η προσθήκη κλίνης σε δωμάτιο, ή σε διαμέρισμα η εγκεκριμένη τιμή προσαυξάνεται κατά 50%.
- ε) Η ελάχιστη σύνθεση του πρωϊνού και του γεύματος είναι αυτή που προβλέπεται από τις αγορανομικές διατάξεις και το Π.Δ. 43/2002.

Για διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε στα τηλέφωνα: 21 – 032 78 988, 21 – 032 78 960, 21 – 032 78 979-82, 21 – 032 78 994.

Σας ευχαριστούμε για τη συνεργασία σας και σας ευχόμαστε καλή τουριστική χρονιά.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ.



ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ Α. ΦΩΚΑΣ



Η ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ



ΑΓΝΗ ΧΡΙΣΤΙΔΟΥ

ΠΙΝΑΚΑΣ Α1
ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ από 01/4/2006 - 31/3/2007

<u>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</u>		Δ Ω Μ Α Τ Ι Α			
<u>ΑΣΤΕΡΙΑ</u>	<u>ΤΑΞΗ</u>	ΜΙΑΣ ΚΛΙΝΗΣ		ΔΥΟ ΚΛΙΝΩΝ	
		ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ
<u>5</u>	ΑΑ	35,00	45,00	50,00	70,00
<u>4</u>	<u>Α</u>	28,00	35,00	40,00	55,00
<u>3</u>	<u>Β</u>	20,00	24,00	24,00	30,00
<u>2</u>	<u>Γ</u>	14,00	17,00	20,00	25,00
<u>1</u>	<u>Δ & Ε</u>	12,00	15,00	15,00	20,00

ΠΙΝΑΚΑΣ Α2
ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΤΙΜΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΤΥΠΟΥ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΩΝ
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ ΑΠΟ 1/4/2006 - 31/3/2007

<u>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</u>		1 δίκλινο δωμάτιο		1 μονόκλινο & 1 δίκλινο δωμάτιο		2 δίκλινα δωμάτια		1 μονόκλινο & 2 δίκλινα δωμάτια	
<u>ΑΣΤΕΡΙΑ</u>	<u>ΤΑΞΗ</u>	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ
<u>4</u>	<u>Α</u>	50,00	60,00	70,00	85,00	80,00	95,00	100,00	120,00
<u>3</u>	<u>Β</u>	45,00	50,00	50,00	65,00	60,00	70,00	70,00	90,00
<u>2</u>	<u>Γ</u>	28,00	35,00	40,00	50,00	40,00	50,00	50,00	65,00
<u>1</u>	<u>Δ & Ε</u>	24,00	30,00	35,00	40,00	35,00	45,00	45,00	55,00

ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΣΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΑΣΤΕΡΩΝ

Οι διατάξεις του προεδρικού διατάγματος 43/7-3-2002 για την κατάταξη των υφιστάμενων ξενοδοχείων σε κατηγορίες με το σύστημα των αστερών, όπως αυτό τροποποιήθηκε με το άρθρο 16 του Ν. 3190/2003.

ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 43/7.3.2002 (ΦΕΚ 43Α)

Κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και τεχνικές προδιαγραφές αυτών.

Άρθρο 1

Προδιαγραφές και κριτήρια Κατάταξης – Ορισμοί – Διακρίσεις

1. Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα (ξενοδοχεία) του άρθρου 2 παρ. 1 περίπτ. Α' του Ν. 2160/93 κατατάσσονται, ανάλογα με τη λειτουργική τους μορφή, **σε πέντε (5) το πολύ κατηγορίες αστερών**, δηλαδή σε κατηγορία πέντε αστερών (5*), τεσσάρων αστερών (4*), τριών αστερών (3*), δύο αστερών (2*) και ενός αστερός (1*), **βάσει συστήματος υποχρεωτικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων**. Οι ως άνω λειτουργικές μορφές ορίζονται ως ακολούθως:

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ:

Είναι ξενοδοχείο, που περιλαμβάνει κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών, υπνοδωμάτιο (τουλάχιστον δέκα) απλά ή με ιδιαίτερα λουτρά και βοηθητικούς χώρους.

Τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου ιδρύονται, εφ' όσον η σχετική χρήση επιτρέπεται από τις κείμενες διατάξεις, **εντός σχεδίου πόλης, εντός πόλεων ή οικισμών με εγκριμένο σχέδιο, εντός οριοθετημένων οικισμών χωρίς σχέδιο, εκτός σχεδίου αλλά εντός ΖΟΕ ή εκτός σχεδίου**. Διατάσσονται σε ένα κτίριο ή περισσότερα κτίρια ή συγκροτήματα που αποτελούν, όμως ενιαίο σύνολο μέσα σε ενιαίο οικόπεδο.

Τα ξενοδοχειακά κλασσικού τύπου κατατάσσονται **σε πέντε κατηγορίες αστερών: πέντε αστερών (5*), τεσσάρων αστερών (4*), τριών αστερών (3*), δύο αστερών (2*), ενός αστερός (1*)**. Στην κατηγορία ενός αστερός (1*) **κατατάσσονται μόνο ξενοδοχεία προερχόμενα από μετατροπές υφιστάμενων κτιρίων και όχι ξενοδοχεία τα οποία ανεγείρονται εξ υπ' αρχής**. Εάν υφιστάμενο κτίριο μετατραπεί σε ξενοδοχείο κλασσικού τύπου κατηγορίας ενός αστερός (1*) δεν μπορεί να επεκταθεί με προσθήκη δωματίων και κλινών, μπορεί όμως να υποστεί προσθήκες, που αποβλέπουν στη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών (προσθήκη λουτρών σε απλά δωμάτια, αύξηση κοινοχρήστων χώρων κ.λπ.).

B. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ (ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΤΥΠΟΥ)

Το ξενοδοχείο κλασσικού τύπου και τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων (ξενοδοχείο μικτού τύπου) διαθέτει κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής,

εστίασης και αναψυχής πελατών, καταστήματα για την εξυπηρέτηση των πελατών, βοηθητικούς χώρους καθώς και χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια με λουτρό ή διαμερίσματα ενός, δύο ή περισσότερων κυρίων χώρων με πλήρες λουτρό και μικρό μαγειρείο.

Κύριο χαρακτηριστικό της λειτουργικής αυτής μορφής ξενοδοχείου είναι το **ελάχιστο μέγεθος, που δεν μπορεί να είναι μικρότερο των τριακοσίων (300) κλινών.**

Τα ξενοδοχεία μικτού τύπου ιδρύονται, εφ' όσον η σχετική χρήση επιτρέπεται από τις κείμενες διατάξεις, **εκτός σχεδίου πόλης αλλά εντός ΖΟΕ ή εκτός σχεδίου.** Διατάσσονται υποχρεωτικά σε πολλά κτίρια ή συγκροτήματα κτιρίων, που αποτελούν, όμως ενιαίο σύνολο μέσα σε ενιαίο γήπεδο.

Τα ξενοδοχεία μικτού τύπου κατατάσσονται **στις κατηγορίες πέντε αστέρων (5*) και τεσσάρων αστέρων (4*).**

2. Οι προδιαγραφές του παρόντος διατάγματος **διακρίνονται σε τεχνικές και λειτουργικές και είναι υποχρεωτικές, ενώ τα βαθμολογούμενα κριτήρια είναι προαιρετικά,** αλλά συμμετέχουν, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 4 του παρόντος διατάγματος, στην τελική κατάταξη των ξενοδοχείων. Οι τεχνικές προδιαγραφές, οι λειτουργικές προδιαγραφές και τα βαθμολογούμενα κριτήρια των ξενοδοχείων κλασσικού τύπου καθώς και των ξενοδοχείων τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων διαφέρουν ανάλογα με το κατά πόσον το προς κατάταξη ξενοδοχείο είναι «**ξενοδοχείο πόλης**» ή «**ξενοδοχείο παραθερισμού**» σύμφωνα με τη διάταξη της παραγράφου 4 του άρθρου 5 του παρόντος.

3. **Οι τεχνικές προδιαγραφές ορίζονται ανά λειτουργική μορφή** (δηλαδή χωριστά για τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου, για τα ξενοδοχεία τύπου μοτέλ, για ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων και για τα ξενοδοχεία μικτού τύπου) **και κατηγορία αστέρων και είναι υποχρεωτικές για τη λειτουργική μορφή και την κατηγορία αστέρων,** στην οποία πρόκειται να καταταγεί το κατάλυμα, με εξαίρεση την περίπτωση της παραγράφου 2 του άρθρου 5 του παρόντος.

4. **Οι λειτουργικές προδιαγραφές ορίζονται ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία και είναι υποχρεωτικές για την λειτουργική μορφή και την κατηγορία,** στην οποία πρόκειται να καταταγεί το κατάλυμα.

5. Τα βαθμολογούμενα κριτήρια ορίζονται ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία και βαθμολογούνται με αριθμό μορίων οριζόμενο ανά κριτήριο, είναι δε υποχρεωτικό το προς κατάταξη κατάλυμα να πληροί **τουλάχιστον τον συνολικό αριθμό μορίων,** που συνιστά την κατά την παράγραφο 2 του άρθρου 4 του παρόντος «βάση» της κατηγορίας, στην οποία πρόκειται να καταταγεί.

6. Για την ανέγερση νέων και τον εκσυγχρονισμό ή την επέκταση υαρχόντων κυρίων ξενοδοχειακών καταλυμάτων εφαρμόζονται οι διατάξεις της κοινής υπουργικής απόφασεως 69269/5387/1990 (Β'678), όπως εκάστοτε ισχύει. Ειδικά, για την ανέγερση ξενοδοχειακών καταλυμάτων εκτός σχεδίου πόλεως, εφαρμόζονται και οι διατάξεις, του άρθρου 8 του Π.Δ. της 6/17.10.1978 (Δ'538).

Υποχρεωτικές τεχνικές προδιαγραφές

1. Οι υποχρεωτικές τεχνικές προδιαγραφές αποτελούνται από:
 - α. Μέγιστες επιτρεπόμενες δυναμικότητες ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία.
 - β. Προδιαγραφές καταλληλότητας οικοπέδου (1) για οικόπεδα εντός σχεδίου ή εντός οικισμού και (2) για οικόπεδα εκτός σχεδίου.
 - γ. Κτιριοδομικές Προδιαγραφές ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία.
2. Οι κατά την προηγούμενη παράγραφο τεχνικές προδιαγραφές ορίζονται σε αντίστοιχους πίνακες στο Παράρτημα Α του παρόντος Διατάγματος.

Άρθρο 3

Υποχρεωτικές λειτουργικές προδιαγραφές

Οι υποχρεωτικές λειτουργικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων ορίζονται ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία στο Παράρτημα Β του παρόντος Διατάγματος.

Άρθρο 4

Βαθμολογούμενα κριτήρια – Βάση μορίων ανά κατηγορία

1. Τα βαθμολογούμενα κριτήρια των ξενοδοχείων και τα αντιστοιχούντα σε καθένα εξ αυτών μόρια ορίζονται ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία στο Παράρτημα Γ του παρόντος Διατάγματος.
2. Το προς κατάταξη ξενοδοχείο θα πρέπει από την εφαρμογή των βαθμολογούμενων κριτηρίων **να συγκεντρώνει ένα ελάχιστο βαθμό μορίων, που αποτελεί τη «βάση» της κατηγορίας, στην οποία πρόκειται να καταταγεί.** Η βάση ορίζεται ανά λειτουργική μορφή (χωριστά για τα ξενοδοχεία πόλης και τα παραθεριστικά όπου αυτό απαιτείται) και ανά κατηγορία στο Παράρτημα Δ του παρόντος.
3. **Η επιλογή των κριτηρίων, που εξασφαλίζουν την κάλυψη της βάσης, από το σύνολο των βαθμολογούμενων κριτηρίων ανήκει στον επιχειρηματία ξενοδόχο.**
4. Οι δια του παρόντος οριζόμενες τιμές των μορίων των βαθμολογούμενων κριτηρίων καθώς και οι βάσεις ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία είναι **δυνατόν να αυξομειώνονται σε ποσοστό όχι μεγαλύτερο του 10%, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης.**

Άρθρο 5

Τρόπος κατάταξης

1. Η κατάταξη ξενοδοχείου σε συγκεκριμένη λειτουργική μορφή και κατηγορία αστέρων πραγματοποιείται εφόσον:
 - α) *πληρούνται οι τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές της αντίστοιχης λειτουργικής μορφής και κατηγορίας των άρθρων 2 και 3 του παρόντος, σύμφωνα με τα αντίστοιχα Παραρτήματα και*

β) το ξενοδοχείο συγκεντρώνει τον ελάχιστο αριθμό μορίων, που αποτελεί τη «βάση» της κατηγορίας αυτής προκειμένου για τη συγκεκριμένη λειτουργική μορφή, από τα βαθμολογούμενα κριτήρια του άρθρου 4 του παρόντος.

Σε περίπτωση, που ξενοδοχείο πληροί μεν τις τεχνικές και τις λειτουργικές προδιαγραφές της κατηγορίας, στην οποία ζητείται η κατάταξη, **αλλά δεν καλύπτει τη βάση των βαθμολογούμενων κριτηρίων της κατηγορίας αυτής, τότε κατατάσσεται στην κατηγορία, στην οποία αντιστοιχεί ο αριθμός μορίων, που συγκεντρώνει από τα βαθμολογούμενα κριτήρια.**

2. Κατ' εξαίρεση, εάν υποβληθεί αίτηση για κατάταξη ξενοδοχείου σε κατηγορία, της οποίας δεν πληροί το σύνολο των τεχνικών προδιαγραφών κατά το εδάφιο α) της προηγούμενης παραγράφου, επιτρέπεται η κατάταξη του στην κατηγορία αυτή υπό τις ακόλουθες, σωρευτικά τηρούμενες, προϋποθέσεις:

α. Να πληρούνται οι τεχνικές προδιαγραφές της κατηγορίας, στην οποία ζητείται η κατάταξη, σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους

β. Να πληρούνται οι τεχνικές προδιαγραφές των υπνοδωματίων ή διαμερισμάτων της κατηγορίας, στην οποία ζητείται η κατάταξη, **τουλάχιστον σε ποσοστό 50% της συνολικής δυναμικότητας του ξενοδοχείου.**

γ. Να πληρούνται οι λειτουργικές προδιαγραφές της κατηγορίας, στην οποία ζητείται η κατάταξη.

δ. Να καλύπτεται η βάση των βαθμολογούμενων κριτηρίων της αμέσως ανώτερης κατηγορίας, από την κατηγορία, στην οποία ζητείται η κατάταξη. Εάν η κατάταξη ζητείται σε κατηγορία πέντε αστέρων (5*), ή προκειμένου για τα ξενοδοχεία τύπου μοτέλ σε κατηγορία τεσσάρων (4*), δηλαδή στην ανώτερη προβλεπόμενη κατηγορία της συγκεκριμένης λειτουργικής μορφής, **τότε πρέπει το προς κατάταξη ξενοδοχείο να καλύπτει τη βάση της κατηγορίας αυτής προσαυξημένη κατά 20%.**

3. α) Προαγωγή ξενοδοχείου σε ανώτερη κατηγορία είναι δυνατή **οποτεδήποτε**, μόνον εφόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις της παραγράφου 2 του παρόντος άρθρου, και πραγματοποιείται κατόπιν αιτήσεως του ενδιαφερόμενου επιχειρηματία. Επίσης, είναι δυνατή η υποβολή εκ μέρους του επιχειρηματία ξενοδόχου προσφυγής για την επανεξέταση της συνδρομής των μονίμων προδιαγραφών και κριτηρίων και τον επανέλεγχο της αντικειμενικότητας της κατάταξης.

β) Οι προσφυγές κρίνονται από πενταμελή Επιτροπή που συστήνεται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και αποτελείται από δύο (2) υπαλλήλους του Ε.Ο.Τ., ενός (1) εκπροσώπου του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.), ενός (1) υπαλλήλου του Υπουργείου Εσωτερικών Δημοσίας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και ενός (1) υπαλλήλου της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού.

γ) Οι προσφυγές υποβάλλονται στην ανωτέρω Επιτροπή εντός 30 ημερών από της κοινοποίηση της απόφασης κατάταξης.

δ) Η Επιτροπή αποφαινεται επί των προσφύγων το αργότερο σε δύο μήνες από την υποβολή τους.

4. Ξενοδοχεία πόλης είναι τα ευρισκόμενα σε περιοχή εντός σχεδίου πόλης ή εντός ορίων οικισμού (που χαρακτηρίζεται ως «Περιοχή Ι», στους αντίστοιχους πίνακες των τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών και των βαθμολογούμενων κριτηρίων), ενώ ξενοδοχεία παραθερισμού είναι τα ευρισκόμενα σε περιοχή εκτός

σχεδίου πόλης (που χαρακτηρίζεται ως «Περιοχή II» στους αντίστοιχους πίνακες). Επιτρέπεται ξενοδοχείο ευρισκόμενο εντός σχεδίου πόλης ή εντός ορίων οικισμού, να θεωρηθεί, μετά από αίτηση του επιχειρηματία – ξενοδόχου, ως παραθεριστικό και να καταταγεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα κριτήρια των ξενοδοχείων παραθερισμού.

Άρθρο 6

Διαδικασία κατάταξης και χορήγηση ειδικών σημάτων

Η κατάταξη των ξενοδοχείων πραγματοποιείται σύμφωνα με τις διαδικασίες, που προβλέπουν οι διατάξεις των παραγράφων 1, 2, 3 και 5 του άρθρου 3 του Ν. 2160/93. Η έκδοση και ανανέωση ειδικών σημάτων πραγματοποιείται σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Άρθρο 7

Μεταβατικές διατάξεις για τα υφιστάμενα ξενοδοχεία

1. Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, που κατά την έναρξη ισχύος του παρόντος λειτουργούν με ειδικό σήμα ΕΟΤ υποχρεούνται, με ποινή ανάκλησης του ειδικού σήματος ΕΟΤ, όπως μέχρι 30.04.2002 υποβάλλουν αίτηση ανακατάταξης, προκειμένου να ανακαταταγούν σε κατηγορίες αστερών και να λάβουν εις αντικατάσταση του ισχύοντος, νέο ειδικό σήμα, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος. Οι επιχειρηματίες οφείλουν να υποβάλουν, εφόσον τους ζητηθούν, τυχόν ελλείποντα από τον φάκελο του ξενοδοχείου τους δικαιολογητικά και στοιχεία.

2. Στην πρώτη εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος διατάγματος η ανακατάταξη των υφιστάμενων ξενοδοχείων με το σύστημα των αστερών γίνεται **ευθύνη του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού**. *(τροποποιήθηκε)*

3. Προς επίσπευση της διαδικασίας ανακατάταξης, ο Πρόεδρος ΕΟΤ είναι δυνατόν να συστήνει επιτροπές αρμοδίων καθ' ύλην υπαλλήλων, διαφόρων ειδικοτήτων, του ΕΟΤ καθώς και υπαλλήλων που θα προταθούν από τον Γενικό Γραμματέα κάθε Περιφέρειας για Ξενοδοχεία που βρίσκονται στα διοικητικά της όρια ή και υπαλλήλων του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.), που ορίζονται με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου του, ή και να ανατεθεί το σύνολο του έργου της απαιτούμενης για την ανακατάταξη κατ' αρχήν διαπίστωσης της συνδρομής των προδιαγραφών και κριτηρίων του παρόντος σε εξωτερικούς συμβούλους, οι οποίοι επιλέγονται σύμφωνα με τις κατά νόμο διαδικασίες. **Οι σύμβουλοι εξετάζουν και εισηγούνται την συνδρομή προδιαγραφών και κριτηρίων για λογαριασμό του ΕΟΤ και προτείνουν σ' αυτόν την ανακατάταξη του κάθε ξενοδοχείου σε συγκεκριμένη λειτουργική μορφή και κατηγορία.** Ο ΕΟΤ διενεργεί ελέγχους για την διακρίβωση της αντικειμενικότητας της πρότασης των συμβούλων, είτε κατόπιν αιτήσεως επιχειρηματιών – ξενοδόχων, είτε αυτεπαγγέλτως. Ο Ε.Ο.Τ. μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας κατάταξης αποστέλλει σε κάθε Περιφέρεια πλήρη φάκελο κάθε καταλύματος ώστε η αρμόδια Περιφέρεια να εκδόσει σήμα λειτουργίας. *(τροποποιήθηκε)*

4. Όλα τα ειδικά σήματα ΕΟΤ, τα οποία έχουν εκδοθεί επί τη βάσει του ισχύσαντος μέχρι την έναρξη ισχύος του παρόντος συστήματος κατάταξης ξενοδοχείων σε τάξεις

(ΑΑ έως και Ε ανάλογα με τη λειτουργική μορφή του ξενοδοχείου), παύουν αυτοδίκαια να ισχύουν την 30.09.2003. Μέχρι την ημερομηνία αυτή, όλα τα υφιστάμενα ξενοδοχεία θα πρέπει να διαθέτουν ειδικό σήμα ΕΟΤ, που να έχει εκδοθεί σύμφωνα με το σύστημα κατάταξης του παρόντος Διατάγματος.

Η προθεσμία αυτή παρατάθηκε μέχρι 31.3.2004 με το άρθρο 45 του Ν. 3105/2003.

5. Κατά την ανακατάταξη των υφιστάμενων ξενοδοχείων γίνεται αυτοδίκαια αποδεκτό, ότι τα ξενοδοχεία διαθέτουν τις τεχνικές προδιαγραφές της κατηγορίας αστερών, που αντιστοιχεί στην τάξη, στην οποία έχουν καταταγεί επί τη βάση του ειδικού σήματός τους: δηλαδή ότι τα ξενοδοχεία ΑΑ τάξης διαθέτουν τις τεχνικές προδιαγραφές των πέντε αστερών (5*), τα ξενοδοχεία της Α τάξης τις τεχνικές προδιαγραφές των τεσσάρων αστερών (4*), τα ξενοδοχεία Β τάξης τις τεχνικές προδιαγραφές των τριών αστερών (3*), τα ξενοδοχεία Γ τάξης τις τεχνικές προδιαγραφές των δύο αστερών (2*) και τα ξενοδοχεία Δ και Ε τάξης τις τεχνικές προδιαγραφές του ενός αστερός (1*). Κατά συνέπεια, κατά την ανακατάταξη δεν ελέγχεται η συνδρομή των τεχνικών προδιαγραφών του παρόντος, αλλά **μόνον η συνδρομή των λειτουργικών προδιαγραφών και των βαθμολογούμενων κριτηρίων**, επί τη βάση των οποίων πραγματοποιείται η τελική κατάταξη. Κατ' εφαρμογή της παραγράφου αυτής, είναι δυνατό ξενοδοχείο να μην καταταγεί τελικά σε κατηγορία αστερών αντίστοιχη της τάξης, στην οποία είχε καταταγεί σύμφωνα με το ειδικό σήμα ΕΟΤ, εφόσον δεν πληρούνται οι λειτουργικές προδιαγραφές ή δεν καλύπτεται η βάση των βαθμολογούμενων κριτηρίων της αντίστοιχης κατηγορίας.

6. Στην περίπτωση που υφιστάμενο ξενοδοχείο τύπου μοτέλ ή κλασσικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων (μικτού τύπου), δεν πληροί τις λειτουργικές προδιαγραφές ή / και τη βάση των βαθμολογούμενων κριτηρίων της κατώτερης κατηγορίας της αντίστοιχης λειτουργικής μορφής, δηλαδή της κατηγορίας τριών αστερών (3*) προκειμένου για τα ξενοδοχεία τύπου μοτέλ και της κατηγορίας τεσσάρων αστερών (4*) προκειμένου για τα ξενοδοχεία μικτού τύπου, επιτρέπεται να καταταγεί σε κατώτερη κατηγορία αστερών, με αναλογική εφαρμογή των λειτουργικών προδιαγραφών και κριτηρίων, που ισχύουν για τις κατώτερες κατηγορίες ξενοδοχείων των άλλων λειτουργικών μορφών.

Άρθρο 8

Τα τουριστικά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων του Π.Δ/τος 33/79 (Α'10) «Περί τουριστικών καταλυμάτων εντός παραδοσιακών κτισμάτων» εξαιρούνται των διατάξεων του παρόντος Διατάγματος.

Άρθρο 9

Προσαρτώνται και αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του παρόντος Διατάγματος τα ακόλουθα τέσσερα Παραρτήματα.

Τροποποίηση του προεδρικού διατάγματος με το Ν. 3190/2003 (ΦΕΚ 249Α)

Άρθρο 16

Θέματα κατάταξης κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων σε κατηγορίες αστέρων και κλειδιών

1. Οι παράγραφοι 2 και 3 του άρθρου 7 του π.δ. 43/2002 (ΦΕΚ 43Α') αντικαθίστανται ως εξής:

“2. Κατά την πρώτη εφαρμογή του παρόντος και μέχρι τις 30.4.2004 η πρόταση για κατάταξη σε κατηγορία αστέρων των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, που λειτουργούν με ειδικό σήμα λειτουργίας, γίνεται από τον επιχειρηματία, ο οποίος υποβάλλει στη Διεύθυνση Τουρισμού της οικείας Περιφέρειας ή στον Ε.Ο.Τ., προκειμένου για την Αττική, υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 3 παράγραφος 2 του ν. 2160/1993 (ΦΕΚ 118 Α') που συνοδεύεται από πίνακες αξιολόγησης, σύμφωνα με εγκύκλιο εφαρμογής του Υπουργού Ανάπτυξης, στους οποίους περιγράφονται αναλυτικά: α) οι λειτουργικές προδιαγραφές του κύριου ξενοδοχειακού καταλύματος, σύμφωνα με το παράρτημα Β' του άρθρου 9 του παρόντος, β) τα βαθμολογούμενα κριτήρια του κύριου ξενοδοχειακού καταλύματος, σύμφωνα με το παράρτημα Γ' του άρθρου 9 του παρόντος και γ) η κατηγορία αστέρων στην οποία προτείνει να καταταγεί σύμφωνα με το παράρτημα Δ' του άρθρου 9 του παρόντος. Η υπεύθυνη δήλωση και οι πίνακες που τη συνοδεύουν υπογράφονται και από έναν διπλωματούχο μηχανικό ή αρχιτέκτονα.

3. Οι Διευθύνσεις Τουρισμού των Περιφερειών ή ο Ε.Ο.Τ., προκειμένου για την Περιφέρεια Αττικής, κατατάσσουν τα ξενοδοχειακά καταλύματα αυτά σε κατηγορίες αστέρων, σύμφωνα με τις παραγράφους 5 και 6 του παρόντος άρθρου, με βάση τους πίνακες αξιολόγησης της προηγούμενης παραγράφου και χορηγούν τα νέα ειδικά σήματα λειτουργίας του άρθρου 3 του ν. 2160/1993 σε αντικατάσταση των παλαιών. Οι Διευθύνσεις Τουρισμού και ο Ε.Ο.Τ. ελέγχουν οποτεδήποτε την ακρίβεια των δηλωθέντων με την υπεύθυνη δήλωση και τους πίνακες της προηγούμενης παραγράφου. Επίσης, οι υπηρεσίες αυτές διενεργούν δειγματοληπτικούς ελέγχους ή και ελέγχους που να καλύπτουν το σύνολο ή μεγάλο ποσοστό των κατατασσόμενων κατά τα ανωτέρω κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Σε περίπτωση που δηλωθούν ψευδή στοιχεία με αποτέλεσμα την κατάταξη του κύριου ξενοδοχειακού καταλύματος σε ανώτερη κατηγορία αστέρων από αυτή που έπρεπε κατά νόμο, πλην των ποινικών κυρώσεων, επιβάλλεται ως διοικητική ποινή η ανάκληση του σήματος λειτουργίας και πρόστιμο 500 μέχρι 1.000 ευρώ ανά δωμάτιο.”

3. α) Από 1.1.2006 η κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, καθώς και των ενοικιαζόμενων δωματίων και των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων, σε κατηγορίες αστέρων και κλειδιών αντίστοιχα, σύμφωνα με τα οριζόμενα στα προεδρικά διατάγματα 43/2002 (ΦΕΚ 43 Α') και 337/2000, γίνεται από φορείς διαπιστευμένους από την εταιρεία «Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε.». Προς το σκοπό αυτόν οι επιχειρηματίες υποβάλλουν στις αρμόδιες Διευθύνσεις Τουρισμού των Περιφερειών πιστοποιητικό φορέα διαπιστευμένου από την εταιρεία «Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε.», σύμφωνα με το ν. 3066/2002 (ΦΕΚ 252 Α'), στο οποίο θα διαπιστώνεται η κατάταξη αυτών σε κατηγορία αστέρων ή κλειδιών αντίστοιχα, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα

κριτήρια των παραπάνω προεδρικών διαταγμάτων. Μετά την υποβολή του πιστοποιητικού αυτού οι αρμόδιες υπηρεσίες χορηγούν το σήμα λειτουργίας.

β) **Κάθε πενταετία** από την κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων και των ενοικιαζόμενων δωματίων και των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων σε κατηγορία αστερών ή κλειδιών αντίστοιχα, σύμφωνα με το παρόν άρθρο, οι επιχειρηματίες υποχρεούνται να υποβάλλουν στις αρμόδιες Διευθύνσεις Τουρισμού των Περιφερειών **αίτημα ανανέωσης της κατάταξης τους**, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα κριτήρια των παραπάνω προεδρικών διαταγμάτων. Μετά την υποβολή του αιτήματος και τον έλεγχο αυτού οι αρμόδιες υπηρεσίες ανανεώνουν το σήμα λειτουργίας τους.

γ) **Οι υπηρεσίες των Διευθύνσεων Τουρισμού των Περιφερειών ή ο Ε.Ο.Τ. δύναται να προβαίνουν οποτεδήποτε σε έλεγχο για να διαπιστώνουν αν η κατάταξη έγινε στην νόμιμη κατηγορία αστερών ή κλειδιών**, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα κριτήρια των προεδρικών διαταγμάτων 43/2002 και 337/2000. Σε περίπτωση που διαπιστώσουν ότι η κατάταξη έγινε σε ανώτερη κατηγορία αστερών ή κλειδιών από αυτή που έπρεπε, ανακαλούν το ειδικό σήμα λειτουργίας, προβαίνουν στην κατάταξη στην προσήκουσα κατηγορία και χορηγούν νέο ειδικό σήμα λειτουργίας. **Κατά του φορέα πιστοποίησης που εξέδωσε πιστοποιητικό κατάταξης για ανώτερη κατηγορία αστερών ή κλειδιών από αυτή που κατά νόμο έπρεπε, οι αρμόδιες υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ. και των Διευθύνσεων Τουρισμού των Περιφερειών επιβάλλουν πρόστιμο από 500 μέχρι 1.000 ευρώ ανά δωμάτιο.**

δ) Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, ρυθμίζονται ο τύπος και το περιεχόμενο του πιστοποιητικού κατάταξης που χορηγούν οι διαπιστευμένοι φορείς, **καθώς και το ανώτατο ύψος της αμοιβής** που καταβάλλουν στους διαπιστευμένους φορείς οι επιχειρηματίες για τη χορήγηση του πιστοποιητικού κατάταξης, αναλόγως του αριθμού των δωματίων των προς ανακατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων και κάθε άλλη αναγκαία λεπτομέρεια για την εφαρμογή της παραπάνω διάταξης.

ε) **Ο Ε.Ο.Τ. και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος είναι δυνατόν, τηρώντας τις προβλεπόμενες διαδικασίες, να διαπιστευθούν από την εταιρεία «Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε.» και να εκδίδουν τα πιστοποιητικά της παραγράφου 3α' και β' του παρόντος άρθρου.**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ'

ΒΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΣΤΕΡΩΝ

Λειτουργική μορφή ξενοδοχείου	Κατηγορίες αστερών			
	5*	4*	3*	2*
Κλασικού τύπου / πόλης	6000	4800	3600	2400
Κλασικού τύπου / παραθερισμού	7100	5700	4200	2800
Μοτέλ		5500	4100	
Επιπλωμένα Διαμερισμάτων / πόλης	6000	4800	3600	2400
Επιπλωμένα Διαμερισμάτων / παραθερισμού	7100	5700	4200	2800
Μικτή εγκατάσταση Κλ. Τύπ. & Επ. Διαμ.	7300	5800		

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ
& ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΥ****ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ**

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*
----------	----	----	----	----

1.ΚΤΙΡΙΟ

1.Κλιματισμός σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους και σε όλα τα δωμάτια *	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2.Θέρμανση σε όλους τους χώρους για λειτουργία άνω των 5 μηνών.**	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3.Εξασφάλιση θερμοκρασίας 20 β. C σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους και σε όλα τα δωμάτια	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4.Παροχή ζεστού νερού 24/24h	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5.Επαρκής φωτισμός όλων των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

* Εξαιρούνται: α) Τα ξενοδοχεία σε διατηρητέα κτίρια εφόσον αρμοδίως βεβαιώνεται ότι η τοποθέτηση συστήματος κλιματισμού αλλοιώνει την αρχιτεκτονική φυσιογνωμία του κτιρίου.

β) Τα ξενοδοχεία σε περιοχές με υψόμετρο άνω των 600μ. με την προϋπόθεση ότι εξασφαλίζεται θερμοκρασία 20 β. C.

** Λειτουργία άνω των 4 μηνών για ξενοδοχεία σε περιοχές με υψόμετρο άνω των 600μ.

2. ΥΠΟΔΟΧΗ

1. Χρηματοκιβώτιο και θυρίδες για το 50% των δωματίων τουλάχιστον*	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Θυρωρός 24/24 ώρες	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Φύλλο παρατηρήσεων και κουτί	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4. Πληροφοριακό υλικό – φυλλάδια για την ευρύτερη περιοχή	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5. Δελτίο συναλλάγματος εφόσον υπάρχει υπάρχει άδεια ανταλλακτηρίου	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

* Αντί για θυρίδες γίνονται δεκτά και τα ατομικά χρηματοκιβώτια στα δωμάτια.

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ &
ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΥ****ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ**

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*
----------	----	----	----	----

3. ΔΩΜΑΤΙΟ

1. Έπιπλο τουαλέτας με καθρέπτη και φωτιστικό	ΝΑΙ			
2. Μία πολυθρόνα τουλάχιστον	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Διαχωρισμός δωματίων σε καπνίζοντες και μη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4. Μικρός τάπητας κοντά στο κρεβάτι (αν δεν υπάρχει μοκέτα στο δάπεδο)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5. Κουρτίνες (αδιαφανείς αν δεν υπάρχουν σκούρα)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
6. Κατάλογος υπηρεσιών ξενοδοχείου	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
7. Ραδιόφωνο (αν δεν υπάρχει τηλεόραση)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
8. Εντομοαπωθητικές συσκευές	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
9. Καλάθι απορριμμάτων στο δωμάτιο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
11. Πινακίδες “Do not disturb” και “Make up room”	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
12. Κουδούνι κινδύνου δίπλα στο κρεβάτι ή στην τηλεφωνική συσκευή	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

4. ΛΟΥΤΡΟ

1. Σκαμνάκι λουτρού*	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Πετσέτα – τάπητας λουτρού	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Κουρτίνα μπανιέρας ή ντουζιέρας	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4. Ζεστό νερό 24/24 ώρες	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5. Σαπούνι χεριών και χαρτί υγείας	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
6. Δοχείο απορριμμάτων με σακούλα και κάλυμμα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
7. Ένα ποτήρι γυάλινο ανά κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
8. Χορήγηση σαμπουάν και αφρόλουτρο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
9. Μία πετσέτα προσώπου και μία πετσέτα σώματος ανά κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
10. Κουδούνι κινδύνου στο λουτήρα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ &
ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΥ****ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ**

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*
----------	----	----	----	----

5. ΕΣΤΙΑΣΗ

1. Τραπεζομάντηλο υφασμάτινο σε όλα γεύματα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Διάρκεια σερβιρίσματος πρωινού 3 ώρες	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Διάρκεια σερβιρίσματος γεύματος 3 ώρες	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

6. ΠΥΡΑΣΦΑΛΕΙΑ – ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ & ΠΕΛΑΤΩΝ

1. Οπτικοί συναγερμοί για κωφούς	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Αναγόμωση πυροσβεστήρων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Φυλλάδιο σε κάθε δωμάτιο με οδηγίες σε περίπτωση πυρκαγιάς	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

7. ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

1. Υπηρεσία αφύπνισης	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Τηλεφωνική επικοινωνία των δωματίων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Μικρό φαρμακείο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

8. ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ – ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ

1. Αλλαγή ματισμού (σεντόνια, μαξιλαροθήκες) καθημερινά	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Αλλαγή πετσετών λουτρού, καθημερινά	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Καθημερινή καθαριότητα κοινοχρήστων χώρων, δωματίων & υπαιθρίων χώρων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

Α. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή Ι των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

1. ΚΤΙΡΙΟ

1. Χώρος Α΄βοηθειών + εξοπλισμός	NAI	NAI	NAI	NAI	90
2. Χώρος στάθμευσης για το 25% των δωμ. κλειστός ή ανοικτός, εντός του κτιρίου ή σε απόσταση μέχρι 200μ.	NAI	NAI	NAI	NAI	270
3. Χώρος στάσης τουριστικών λεωφορειών	NAI	NAI	NAI	NAI	160
4. Προσπέλαση των ΑΜΕΑ στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου**	NAI	NAI	NAI	NAI	180
5. Διαμόρφωση δωματίων για ΑΜΕΑ με βάση τις ισχύουσες Τεχν. Πρ/φές** (υπολογίζεται μόνο αν έχει εξασφαλιστεί το σημείο 4)	NAI	NAI	NAI	NAI	180

* Ξενοδοχείο που στεγάζονται σε διατηρητέα κτίρια και τα οποία δεν έχουν λάβει Ειδικό Σήμα λειτουργίας από τον ΕΟΤ βάσει του Π.Δ. 33/79, λαμβάνουν επιπλέον 300 μόρια.

** Για τα ξεν/χεία που κτίστηκαν πριν από την εφαρμογή των Τεχν Πρ/φών του ΦΕΚ 557Β'/1987

2. ΥΠΟΔΟΧΗ

1. Υπηρεσία μεταφοράς αποσκευών από την είσοδο στα δωμάτια			NAI	NAI	40
2. Θυρίδες φύλαξης τιμαλφών για το 100% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	120
3. Βεστιάριο				NAI	40
4. Εφαρμογή νέων τεχνολογιών (π.χ. Η.Υ., προγράμματα κρατήσεων κίνησης πελατών, έκδοση τιμολογίων κ.λπ.)	NAI	NAI	NAI	NAI	100

* Θυρίδες στη ρεσεψιόν ή ατομικά χρηματοκιβώτια στα δωμάτια

3. ΔΩΜΑΤΙΟ

1. Εμβαδόν δωματίου μεγαλύτερο κατά 20% και διαμόρφωση καθιστικού					
α. Για το 30% των δωματίων*	NAI	NAI	NAI	NAI	195
β. Για το 60% των δωματίων*	NAI	NAI	NAI	NAI	290
γ. Για το 100% των δωματίων*	NAI	NAI	NAI	NAI	360
2. Ανθοδοχεία					
3. Τηλεόραση στα δωμάτια				NAI	70
α. Στο 50% των δωματίων			NAI	NAI	140
β. Στο 100% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	100
4. Δορυφορική τηλεόραση	NAI	NAI	NAI	NAI	100
5. Interactive TV	NAI	NAI	NAI	NAI	100
6. Video – Pay TV					
7. Συσκευή FAX ή δυνατότητα χρήσης e-mail στα δωμάτια	NAI	NAI	NAI	NAI	70
α. Στο 50% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	140
τουλάχιστον					
β. Στο 100% των δωματίων		NAI	NAI	NAI	60
8. Mini bar στα δωμάτια (με παγοκύστη)			NAI	NAI	160
α. Στο 30% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	100
τουλάχιστον	NAI	NAI	NAI	NAI	50
β. Στο 100% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	15
9. Μηχανή για τσάι, καφέ + υλικά			NAI	NAI	15
		NAI	NAI	NAI	15
10. Σιδερώστρα παντελονιών			NAI	NAI	15
11. Σάκκος ρούχων για καθαριστήριο			NAI	NAI	100
12. Απαραίτητα για ράψιμο					
13. Φάκελος αλληλογραφίας					
14. Βερνίκι υποδημάτων					
15. Κόκκαλο υποδημάτων					
16. Αυτόνομη ρύθμιση θερμοκρ. δωματίου					

Α. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή Ι των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

4. ΛΟΥΤΡΟ

1. Τηλεφωνική συσκευή στο λουτρό	NAI	NAI	NAI	NAI	60
2. Μηχανή για ζέσταμα πετσετών	NAI	NAI	NAI	NAI	35
3. Ζυγαριά	NAI	NAI	NAI	NAI	35
4. Αντιολισθητική μπανιέρα	NAI	NAI	NAI	NAI	190
5. Μπουρνούζι λουτρού	NAI	NAI	NAI	NAI	35
6. Στεγνωτήρας μαλλιών			NAI	NAI	35
7. Καλύμματα κεφαλής μπάνιου			NAI	NAI	15
8. Βαμβάκι			NAI	NAI	15
9. Ξυραφάκια μιας χρήσεως	NAI	NAI	NAI	NAI	15
10. Μπατονέτες για τα αυτιά			NAI	NAI	15
11. Λοσιόν ή γαλάκτωμα σώματος, χεριών		NAI	NAI	NAI	15
12. Κρέμα μαλλιών (conditioner)			NAI	NAI	15
13. Λίμα νυχιών		NAI	NAI	NAI	15
14. Σαμπουάν			NAI	NAI	15
15. Σακούλες υγιεινής			NAI	NAI	15

5. ΧΩΡΟΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ – ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

1. Αίθουσα συσκέψεων από 20 ως 50μ2*	NAI	NAI	NAI	NAI	180
2. Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων πλήρως εξοπλισμένη**					
α. Από 50 ως 100 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	200
β. Από 101 ως 250 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	250
γ. Από 251 ως 500 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	300
δ. Από 501 μ2 και άνω	NAI	NAI	NAI	NAI	350

* Κάθε αίθουσα βαθμολογείται χωριστά.

** Στα ξενοδ. 5* βαθμολογούνται οι, επιπλέον της υποχρεωτικής, αίθουσας.

6. ΕΣΤΙΑΣΗ

1. Πετσέτες υφασμ. σε όλα τα γεύματα			NAI	NAI	30
2. Επιφάνεια βασικού εστιατορίου προσαυξημένη κατά 30% σε σχέση με τις προδιαγραφές, με ανάλογη προσαύξ. κουζίνας και βοηθητικών χώρων.	NAI	NAI	NAI	NAI	240
3. Θεματικό εστιατόριο ή εστιατόριο αλά καρτ, πέραν του υποχρεωτικού (για περισσότερα του ενός, καθένα βαθμολογείται χωριστά)	NAI	NAI	NAI	NAI	360
4. Σύνθεση πρωινού*	NAI	NAI	NAI	NAI	200
5. Διάρκεια πρωινού άνω των 3 ωρών	NAI	NAI	NAI	NAI	80
6. Διάρκεια γεύματος άνω των 3 ωρών	NAI	NAI	NAI	NAI	80
7. R.S. για το πρωινό			NAI	NAI	100
8. R.S. 24 ώρες για σάντουιτς και σνακς			NAI	NAI	100
9. R.S. 24 ώρες για πλήρες γεύμα		NAI	NAI	NAI	140
10. Επιλογή μενού από 3 διαφορετικά κύρια πιάτα, ορεκτικά, επιδόρπια.		NAI	NAI	NAI	100
11. Μενού για χορτοφάγους	NAI	NAI	NAI	NAI	100
12. Διαιτητικό μενού	NAI	NAI	NAI	NAI	100
13. Εξοπλισμός εστίασης παιδιών			NAI	NAI	50
14. BAR επιπλέον του υποχρεωτικού, καφενείο, σνακ – μπαρ κ.λπ. **	NAI	NAI	NAI	NAI	240
15. Early breakfast service			NAI	NAI	80

* Ελάχιστη σύνθεση πρωινού: καφές (φίλτρου, στιγμιαίος, ελληνικός), τσάι, γάλα, σοκολάτα, 2 είδη φρέσκου ψωμιού, φρυγανιές, κέικ, βούτυρο, μαργαρίνη, 2 είδη μαρμελάδας, μέλι, τυρί, 4 είδη προϊόντων κρέατος, αυγά (ζεστά / κρύα), γιαούρτι, μούσλι, κομπόστα, δημητριακά, φρέσκα φρούτα.

** Το καθένα βαθμολογείται χωριστά.

Α. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή Ι των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

7. ΔΙΑΣΚΕΛΑΣΗ – ΑΘΛΗΣΗ – ΑΝΑΨΥΧΗ

1. Αίθουσα ψυχαγωγίας – παιχνιδιών (επιτραπέζια παιχνίδια, μπιλιάρδο κ.λπ.)	NAI	NAI	NAI	NAI	220
2. Πισίνα ανοικτή	NAI	NAI	NAI	NAI	300
3. Πισίνα ανοικτή θερμαινόμενη	NAI	NAI	NAI	NAI	330
4. Πισίνα κλειστή	NAI	NAI	NAI	NAI	420
5. Πισίνα κλειστή θερμαινόμενη	NAI	NAI	NAI	NAI	450
6. Σάουνα		N<300	NAI	NAI	150
7. Κέντρο αναζωογόνησης με τουλάχιστον έξι (6) από τις πιο κάτω υπηρεσίες: Steam Bath, Solarium, Jacuzzi Υδρομασάζ, Μασάζ, Mud bath, Shiatsu Iontophoresis, Body analysis, Reflexology, φυσιοθεραπεία ή Κέντρο ομορφιάς (Salon de beaute) με τουλάχιστον έξι (6) από τις πιο κάτω υπηρεσίες: Face cleaning, Face and Body Masks, Hydration, Body Peeling, Face Peeling, Manicure, Pedicure, Make up, Leg Wax.	NAI	NAI	NAI	NAI	320
8. Πλήρες γυμναστήριο με τα εξής όργανα τουλάχιστον: Step Machine, Διάδρομος (ηλεκτρον.) Ποδήλατα (ηλεκτρον.), Κωπηλατοεργόμετρο (ηλεκτρον. αερούδραυλικό), Πάγκοι, Αλτήρες		N<300	NAI	NAI	200
9. Ειδική αίθουσα τηλεόρασης	NAI	NAI	NAI	NAI	160
10. Night – club / Discotheque / Piano bar	NAI	NAI	NAI	NAI	200

Σημείωση: Στα ξεν/χεία 5*, εφόσον διαθέτουν δύο πισίνες (ανοικτή και κλειστή), βαθμολογείται μόνο η μία διότι η άλλη είναι υποχρεωτική.

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή Ι των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

8. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ*

1. Κατάστημα εφημερίδων – περιοδικών ή / και τουριστικών ειδών – αναμνηστικών ή / και καπνοπωλείο ή / και φωτογραφικά είδη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120
2. Κουρείο – κομμωτήριο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120
3. Κοσμήματα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120

* Κάθε κατάσταση βαθμολογείται χωριστά. Γίνονται δεκτά και άλλα καταστήματα, συναφή με τη λειτουργία του ξενοδοχείου, με την προϋπόθεση ότι θα έχουν εγκριθεί από τον ΕΟΤ στη φάση έγκρισης των αρχιτεκτονικών σχεδίων. Επιπλέον βαθμολογούμενα καταστήματα το πολύ έως τέσσερα (4).

9. ΠΥΡΑΣΦΑΛΕΙΑ – ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

1. Πόρτες δωματίων με μάτι	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
2. Σύστημα αναζήτησης – ειδοπ. Πελατών	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
3. Οπτικοί συναγερμοί για κωφούς	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
4. Άκαυτες χειρολαβές & κλειδαριές θυρ.	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
5. Ανιχνευτές καπνού στα δωμάτια	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
6. Κλειδαριές στα παράθυρα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
7. 24ωρη προστασία (security)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
8. Έλεγχος χώρου στάθμευσης	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
9. Έλεγχος με video στους κοινόχρ. χώρ.	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
10. Έλεγχος με video στους διαδρόμους	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
11. Έλεγχος με video στην είσοδο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
12. Ηλεκτρονικά κλειδιά δωματίων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120

10. ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

1. Μεγάλο φαρμακείο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	50
2. Check out από την τηλεόραση	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
3. Μηνύματα από την	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100

τηλεόραση					
4. Speaker phone	NAI	NAI	NAI	NAI	50
5. Voice mail	NAI	NAI	NAI	NAI	50
6. Σύνδεση με διαδίκτυο	NAI	NAI	NAI	NAI	70
7. Σύνδεση data port	NAI	NAI	NAI	NAI	70
8. Μίνι λεωφορείο με οδηγό για δωρεάν μεταφορά πελατών και αποσκευών	NAI	NAI	NAI	NAI	145
9. Φύλαξη παιδιών (baby sitting)	NAI	NAI	NAI	NAI	95
10. Καθάρισμα – πλύσιμο – σιδέρωμα ρούχων εντός ή εκτός του ξενοδοχείου	NAI	NAI	NAI	NAI	95
11. Ιδιωτική ασφάλεια πελατών	NAI	NAI	NAI	NAI	95
12. Υπηρεσία οδηγού από και προς χώρο στάθμευσης	NAI	NAI	NAI	NAI	95
13. Γιατρός για ξενοδοχεία με πάνω από 50 εργαζομένους	NAI	NAI	NAI	NAI	95
14. Στρώσιμο κρεβατιών και το απόγευμα			NAI	NAI	40

11. ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

1. Πιστοποίηση ενεργειακής διαχείρισης από αρμόδιο φορέα π.χ. ΚΑΠΕ ή μέσω αναγνωρισμένου διεθνούς συστήματος (π.χ. ISO)	NAI	NAI	NAI	NAI	200
2. Πιστοποίηση οικολογικής διαχείρισης (ομοίως με ενεργειακή διαχείριση)	NAI	NAI	NAI	NAI	200
3. Πιστοποίηση ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω αναγνωρισμένου διεθνούς συστήματος (π.χ. ISO)	NAI	NAI	NAI	NAI	200

12. ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ

1. Πλήρης εκσυγχρονισμός κτιρίου και εξοπλισμού *					
α. Εντός της τελευταίας 2ετίας					
α1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ. ανά κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	780
α2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	680
β. Εντός της τελευταίας 4ετίας					
β1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ ανά κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	680
β2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	600

γ. Εντός της τελευταίας 7ετίας					
γ1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ ανά κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	600
γ2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	NAI	NAI	NAI**	NAI**	520
2. Διαχείριση απορριμμάτων (διαλογή, ανακύκλωση κ.λπ.)	NAI	NAI	NAI	NAI	120

* Ο πλήρης εκσυγχρονισμός αποδεικνύεται είτε με την υπαγωγή στο Ν. 2601/98 είτε με παραστατικά ανάλογων δαπανών που τηρούνται στα αρχεία της επιχείρησης.

** Η μοριοδότηση του πλήρους εκσυγχρονισμού προσαυξάνεται, για τα ξενοδοχεία 3 και 2 αστέρων, με συντελεστή 1,2.

13.ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Χρήση βομβητών (beepers) ειδοποίησης προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	30
2. Συμμετοχή του 10% τουλάχιστον του προσωπικού σε ετήσιο επιμορφωτικό πρόγραμμα (με σχετική πιστοποίηση)	NAI	NAI	NAI	NAI	240
3. Χορήγηση εγχειριδίου λειτουργίας του ξενοδοχείου στο προσωπικό	NAI	NAI	NAI	NAI	30
4. Αποδεδειγμένη γνώση ξένης γλώσσας *					
α. Για το 50% του προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	160
β. Για το 40% του προσωπικού		NAI	NAI	NAI	110
γ. Για το 30% του προσωπικού			NAI	NAI	70
5. Απόφοιτοι Τουριστικών σχολών					
α. Το 50% του προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	280
β. Το 40% του προσωπικού		NAI	NAI	NAI	220
γ. Το 30% του προσωπικού			NAI	NAI	160
6. Αναλογία απασχολουμένων ως προς τον αριθμό των δωματίων (για ξενοδοχείο σε πλήρη λειτουργία):					
α. Τουλάχιστον ένας (μία) / 4 δωμ.	NAI	NAI	NAI	NAI	160
β. Τουλάχιστον ένας (μία) / 6 δωμ.		NAI	NAI	NAI	110
γ. Τουλάχιστον ένας (μία) / 8 δωμ.			NAI	NAI	70
δ. Τουλάχιστον ένας (μία) / 10 δωμ.				NAI	50
7. Απόφοιτοι Γ΄βάθμιας εκπαίδευσης σε ποσοστό τουλάχιστον 5% του συνόλου					

του προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	150
8. Αποδεδειγμένη γνώση εφαρμογής νέων τεχνολογιών του συνόλου του προσωπικού (H/Y σε ποσοστό τουλάχιστον 5%)	NAI	NAI	NAI	NAI	150

* Από τις διαδεδομένες ευρωπαϊκές γλώσσες. Τα ποσοστά υπολογίζονται επί του προσωπικού που έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες του ξενοδοχείου (υπάλληλοι υποδοχής, σερβιτόροι κ.λπ.)

Γενικές διευκρινίσεις

1. N σημαίνει ότι το κριτήριο είναι βαθμολογούμενο για τη συγκεκριμένη τάξη ανεξαρτήτως δυναμικότητας.
2. N<300 σημαίνει ότι το κριτήριο είναι βαθμολογούμενο για δυναμικότητα κάτω των 300 κλινών και υποχρεωτικό για δυναμικότητα άνω των 300 κλινών.
3. Απουσία των συμβόλων N & N<300 σημαίνει: α) ότι το κριτήριο είναι υποχρεωτικό ανεξαρτήτως δυναμικότητας, για όλες τις κατηγορίες κριτηρίων πλην της κατηγορίας αριθμ. 13 – ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ, ή β) ότι δεν επιτρέπεται από τις Τεχν. Προδ/φές και κατά συνέπεια δεν βαθμολογείται
4. Τα βαθμολογούμενα κριτήρια πρέπει να εξασφαλίζονται για το σύνολο των δωματίων εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στους ανωτέρω πίνακες.

Α. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή II των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

1. ΚΤΙΡΙΟ

1. Χώρος Α' βοηθειών + εξοπλισμός	NAI	NAI	NAI	NAI	180
2. Χώρος στάθμευσης για το 25% των δωμ. κλειστός ή ανοικτός, εντός του κτιρίου ή σε απόσταση μέχρι 200μ.	NAI	NAI	NAI	NAI	130
3. Χώρος στάθμευσης τουρ. λεωφορείων	NAI	NAI	NAI	NAI	90
4. Χώρος στάσης τουριστικών λεωφορείων	NAI	NAI	NAI	NAI	60
5. Προσπέλαση των ΑΜΕΑ στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου **	NAI	NAI	NAI	NAI	180
6. Διαμόρφωση δωματίων για ΑΜΕΑ με βάση τις ισχύουσες Τεχν. Πρ/φές ** (υπολογίζεται μόνο αν έχει εξασφαλιστεί το σημείο 6)	NAI	NAI	NAI	NAI	180

* Ξενοδοχεία που στεγάζονται σε διατηρητέα κτίρια και τα οποία δεν έχουν λάβει Ειδικό σήμα λειτουργίας από τον ΕΟΤ βάσει του Π.Δ. 33/79, λαμβάνουν επιπλέον 300 μόρια.

** Για τα ξεν/χεία που κτίστηκαν πριν από την εφαρμογή των Τεχν Π/φών του ΦΕΚ 557Β'/1987

2. ΥΠΟΔΟΧΗ

1. Υπηρεσία μεταφοράς αποσκευών από την είσοδο στα δωμάτια			NAI	NAI	40
2. Βεστιάριο				NAI	40
3. Θυρίδες φύλαξης τιμαλφών για το 100% των δωματίων *	NAI	NAI	NAI	NAI	120
4. Εφαρμογή νέων τεχνολογιών (π.χ. Η.Υ., προγράμματα κρατήσεων κίνησης πελατών, έκδοσης τιμολογίων κ.λπ.)	NAI	NAI	NAI	NAI	100

* Θυρίδες στη ρεσεψιόν ή ατομικά χρηματοκιβώτια στα δωμάτια

3. ΔΩΜΑΤΙΟ

1. Εμβαδόν δωματίου μεγαλύτερο κατά 20% και διαμόρφωση καθιστικού					
---	--	--	--	--	--

α. Για το 30% των δωματίων *	NAI	NAI	NAI	NAI	215
Β. Για το 60% των δωματίων *	NAI	NAI	NAI	NAI	290
Γ. Για το 100% των δωματίων *	NAI	NAI	NAI	NAI	360
2. Ανθοδοχεία			NAI	NAI	25
3. Τηλεόραση στα δωμάτια					
Α. Στο 50% των δωματίων				NAI	70
β. Στο 100% των δωματίων			NAI	NAI	140
4. Δορυφορική τηλεόραση	NAI	NAI	NAI	NAI	100
5. Interactive TV	NAI	NAI	NAI	NAI	100
6. Video – Pay TV	NAI	NAI	NAI	NAI	100
7. Συσκευή FAX ή δυνατότητα χρήσης e-mail στα δωμάτια					
Α. Στο 50% των δωματίων τουλάχισ.	NAI	NAI	NAI	NAI	70
Β. Στο 100% των δωματίων	NAI	NAI	NAI	NAI	140
8. Mini bar στα δωμάτια (με παγοκύστη)					
Α. Στο 30% των δωματίων τουλάχιστον			NAI	NAI	60
Β. Στο 100% των δωματίων		NAI	NAI	NAI	160
9. Μηχανή για τσάι, καφέ + υλικά	NAI	NAI	NAI	NAI	100
10. Σιδερώστρα παντελονιών	NAI	NAI	NAI	NAI	50
11. Σάκος ρούχων για καθαριστήριο	NAI	NAI	NAI	NAI	15
12. Απαραίτητα για ράψιμο			NAI	NAI	15
13. Φάκελος αλληλογραφίας			NAI	NAI	15
14. Βερνίκι υποδημάτων			NAI	NAI	15
15. Κόκαλο υποδημάτων		NAI	NAI	NAI	15
16. Αυτόνομη ρύθμιση θερμοκρ. δωματίου			NAI	NAI	100

4. ΛΟΥΤΡΟ

1. Τηλεφωνική συσκευή στο λουτρό	NAI	NAI	NAI	NAI	50
2. Μηχανή για ζέσταμα πετσετών	NAI	NAI	NAI	NAI	30
3. Ζυγαριά	NAI	NAI	NAI	NAI	30
4. Αντιολισθητική μανιέρα	NAI	NAI	NAI	NAI	160
5. Μπουρνούζι λουτρού	NAI	NAI	NAI	NAI	30
6. Στεγνωτήρας μαλλιών			NAI	NAI	30
7. Καλύμματα κεφαλής μπάνιου			NAI	NAI	15
8. Βαμβάκι			NAI	NAI	15
9. Ξυραφάκια μιάς χρήσεως	NAI	NAI	NAI	NAI	15
10. Μπατονέτες για τα αυτιά			NAI	NAI	15

11. Λοσιόν ή γαλάκτωμα σώματος, χεριών		NAI	NAI	NAI	15
12. Κρέμα μαλλιών (conditioner)			NAI	NAI	15
13. Λίμα νυχιών		NAI	NAI	NAI	15
14. Σαμπουάν			NAI	NAI	15
15. Σακούλες υγιεινής			NAI	NAI	15
16. Πετσέτα θαλάσσης	NAI	NAI	NAI	NAI	30

5. ΧΩΡΟΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ – ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

1. Αίθουσα συσκέψεων από 20 ως 50μ2*	NAI	NAI	NAI	NAI	180
2. Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων πλήρως εξοπλισμένη**					
Α. Από 50 ως 100 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	200
Β. Από 101 ως 250 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	250
Γ. Από 251 ως 500 μ2	NAI	NAI	NAI	NAI	300
Δ. Από 501 μ2 και άνω	NAI	NAI	NAI	NAI	350

* Κάθε αίθουσα βαθμολογείται χωριστά.

** Στα ξενοδ. 5* βαθμολογούνται οι, επιπλέον της υποχρεωτικής, αίθουσες

6. ΕΣΤΙΑΣΗ

1. Πετσέτες υφασμ. σε όλα τα γεύματα			NAI	NAI	35
2. Επιφάνεια βασικού εστιατορίου προσαυξημένη κατά 30% σε σχέση με τις προδιαγραφές, με ανάλογη προσαύξ. κουζίνας και βοηθητικών χώρων	NAI	NAI	NAI	NAI	290
3. Θεματικό εστιατόριο ή εστιατόριο αλά καρτ, πέραν του υποχρεωτικού (για περισσότερα του ενός, καθένα βαθμολογείται χωριστά)	NAI	NAI	NAI	NAI	430
4. Σύνθεση πρωινού *	NAI	NAI	NAI	NAI	240
5. Διάρκεια πρωινού άνω των 3 ωρών	NAI	NAI	NAI	NAI	95
6. Διάρκεια γεύματος άνω των 3 ωρών	NAI	NAI	NAI	NAI	95
7. R.S. για το πρωινό			NAI	NAI	120
8. R.S. 24 ώρες για σάντουιτς και σνακς			NAI	NAI	120
9. R.S. 24 ώρες για πλήρες γεύμα		NAI	NAI	NAI	170
10. Επιλογή μενού από 3 διαφορετικά κύρια πιάτα,					

ορεκτικά, επιδόρπια		NAI	NAI	NAI	120
11. Μενού για χορτοφάγους	NAI	NAI	NAI	NAI	120
12. Διαιτητικό μενού	NAI	NAI	NAI	NAI	120
13. Εξοπλισμός εστίασης παιδιών			NAI	NAI	60
14. BAR επιπλέον του υποχρεωτικού, καφενείο, σνακ – μπαρ κ.λπ. **	NAI	NAI	NAI	NAI	290
15. Early breakfast service			NAI	NAI	95
16. Παροχή γεύματος σε θερμομονωμένη συσκευασία για πελάτες που θα γευματίσουν εκτός ξενοδοχείου	NAI	NAI	NAI	NAI	50

* Ελάχιστη σύνθεση πρωινού: καφές (φίλτρον, στιγμιαίος, ελληνικός), τσάι, γάλα, σοκολάτα, 2 είδη φρέσκου ψωμιού, φρυγανιές, κέικ, βούτυρο, μαργαρίνη, 2 είδη μαρμελάδας, μέλι, τυρί, 4 είδη προϊόντων κρέατος, αυγά (ζεστά / κρύα), γιαούρτι, μούσλι, κομπόστα, δημητριακά, φρέσκα φρούτα.

** Το καθένα βαθμολογείται χωριστά.

17. Γήπεδο βόλει****	NAI	NAI	NAI	NAI	120
18. Γήπεδο τένις****	NAI	NAI	NAI	NAI	180
19. Νυκτερινός φωτισμός γηπέδου	NAI	NAI	NAI	NAI	60
20. Μίνι γκολφ	NAI	NAI	NAI	NAI	145
21. Μαθήματα για διάφορα σπορ από ειδικευμένους εκπαιδευτές	NAI	NAI	NAI	NAI	145
22. Διοργάνωση πολιτιστικών – ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων από ειδικευμένο προσωπικό (animateurs)	NAI	NAI	NAI	NAI	145
23. Night – club / Discotheque / Piano bar	NAI	NAI	NAI	NAI	240

* Στα ξεν/χεία 5*, εφόσον διαθέτουν δύο πισίνες (ανοικτή και κλειστή), βαθμολογείται μόνο η μία διότι η άλλη είναι υποχρεωτική.

** Καθεμία βαθμολογείται χωριστά.

*** Το καθένα βαθμολογείται χωριστά.

**** Βαθμολογούνται τα πέραν των υποχρεωτικών από τις Τεχν. Προδ/φές γήπεδα, ανοικτά ή κλειστά.

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή II των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

8. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ*

1. Γραφείο ενοικιάσεως αυτοκινήτων**	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150
2. Κατάστημα εφημερίδων – περιοδικών ή / και καπνοπωλείο ή / και φωτογραφικά είδη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150
3. Κουρέιο – κομμωτήριο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150
4. Τουριστικά είδη – αναμνηστικά	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150
5. Κοσμήματα ή / και ενδύματα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150

* Κάθε κατάσταση βαθμολογείται χωριστά. Γίνονται δεκτά και άλλα καταστήματα, συναφή με τη λειτουργία του ξενοδοχείου, με την προϋπόθεση ότι θα έχουν εγκριθεί από τον ΕΟΤ στη φάση έγκρισης των αρχιτεκτονικών σχεδίων. Επιπλέον βαθμολογούμενα καταστήματα το πολύ έως τέσσερα (4).

** Με Ειδικό Σήμα λειτουργίας από τον ΕΟΤ.

9. ΠΥΡΑΣΦΑΛΕΙΑ – ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ & ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

1. Πόρτες δωματίων με μάτι	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
2. Σύστημα αναζήτησης – ειδοπ. Πελατών	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
3. Οπτικοί συναγερμοί για κωφούς	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
4. Άκαντες χειρολαβές & κλειδαριές θυρ.	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
5. Ανιχνευτές καπνού στα δωμάτια	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
6. Κλειδαριές στα παράθυρα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
7. 24ωρη προστασία (security)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
8. Έλεγχος χώρου στάθμευσης	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	100
9. Έλεγχος με video στους κοινόχρ. χώρ.	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
10. Έλεγχος με video στους διαδρόμους	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
11. Έλεγχος με video στην είσοδο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	80
12. Ηλεκτρονικά κλειδιά δωματίων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ**

Περιοχή II των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

10. ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

1. Μεγάλο φαρμακείο	NAI	NAI	NAI	NAI	40
2. Check out από την τηλεόραση	NAI	NAI	NAI	NAI	80
3. Μηνύματα από την τηλεόραση	NAI	NAI	NAI	NAI	80
4. Speaker phone	NAI	NAI	NAI	NAI	40
5. Voice mail	NAI	NAI	NAI	NAI	40
6. Σύνδεση με διαδίκτυο	NAI	NAI	NAI	NAI	60
7. Σύνδεση data port	NAI	NAI	NAI	NAI	60
8. Μίνι λεωφορείο με οδηγό για δωρεάν μεταφορά πελατών και αποσκευών	NAI	NAI	NAI	NAI	120
9. Φύλαξη παιδιών (baby sitting)	NAI	NAI	NAI	NAI	80
10. Καθάρισμα – πλύσιμο – σιδέρωμα ρούχων εντός ή εκτός του ξενοδοχείου			NAI	NAI	80
11. Ιδιωτική ασφάλεια πελατών	NAI	NAI	NAI	NAI	80
12. Γιατρός για ξενοδοχεία με πάνω από 50 εργαζόμενους	NAI	NAI	NAI	NAI	80
13. Παγομηχανή στους ορόφους ή στις πτέρυγες των δωματίων		NAI	NAI	NAI	40
14. Στρώσιμο κρεβατιών και το απόγευμα			NAI	NAI	40

11. ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

1. Πιστοποίηση ενεργειακής διαχείρισης από αρμόδιο φορέα π.χ. ΚΑΠΕ ή μέσω αναγνωρισμένου διεθνούς συστήματος (π.χ. ISO)	NAI	NAI	NAI	NAI	200
2. Πιστοποίηση οικολογικής διαχείρισης (ομοίως με ενεργειακή διαχείριση)	NAI	NAI	NAI	NAI	200
3. Πιστοποίηση ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω αναγνωρισμένου διεθνούς					

συστήματος (π.χ. ISO)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	200
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ

Περιοχή II των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

12. ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ

1. Πλήρης εκσυγχρονισμός κτιρίου και εξοπλισμού*					
α. Εντός της τελευταίας 2ετίας					
α1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ ανά κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	780
α2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	680
β. Εντός της τελευταίας 4ετίας					
β1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ ανά κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	680
β2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	600
γ. Εντός της τελευταίας 7ετίας					
γ1. Άνω του 1,5 εκατ. δρχ ανά κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	600
γ2. Από 0,5 ως 1,5 εκ. δρχ/κλίνη	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	520
2. Αποθήκευση και διαχείριση απορριμμάτων (π.χ. ψυγείο αποθήκευσης κ.λπ.)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	120

* Ο πλήρης εκσυγχρονισμός αποδεικνύεται είτε με την υπαγωγή στο Ν. 2601/98 είτε με παραστατικά ανάλογων δαπανών που τηρούνται στα αρχεία της επιχείρησης.

** Η μοριοδότηση του πλήρους εκσυγχρονισμού προσανξάνεται, για τα ξενοδοχεία 3 και 2 αστέρων, με συντελεστή 1,2.

Γενικές διευκρινίσεις

1. N σημαίνει ότι το κριτήριο είναι βαθμολογούμενο για τη συγκεκριμένη τάξη ανεξαρτήτως δυναμικότητας.
2. N<300 σημαίνει ότι το κριτήριο είναι βαθμολογούμενο για δυναμικότητα κάτω των 300 κλινών και υποχρεωτικό για δυναμικότητα άνω των 300 κλινών.
3. Απουσία των συμβόλων N & N<300 σημαίνει: α) ότι το κριτήριο είναι υποχρεωτικό ανεξαρτήτως δυναμικότητας, για όλες τις κατηγορίες κριτηρίων πλην της κατηγορίας αριθμ. 13 – ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ, ή β) ότι δεν επιτρέπεται από τις Τεχν. Προδ/φές και κατά συνέπεια δεν βαθμολογείται.

4. Τα βαθμολογούμενα κριτήρια πρέπει να εξασφαλίζονται για το σύνολο των δωματίων εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στους ανωτέρω πίνακες.

A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗΣ

Περιοχή II των Τ.Π.

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	5*	4*	3*	2*	ΜΟΡΙΑ
----------	----	----	----	----	-------

13. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Χρήση βοβμητών (beepers) ειδοποίησης προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	30
2. Συμμετοχή του 100% τουλάχιστον του προσωπικού σε ετήσιο επιμορφωτικό πρόγραμμα (με σχετική πιστοποίηση)	NAI	NAI	NAI	NAI	240
3. Χορήγηση εγχειριδίου λειτουργίας του ξενοδοχείου στο προσωπικό	NAI	NAI	NAI	NAI	30
4. Αποδεδειγμένη γνώση ξένης γλώσσας*					
α. Για το 50% του προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	160
β. Για το 40% του προσωπικού		NAI	NAI	NAI	110
γ. Για το 30% του προσωπικού			NAI	NAI	70
5. Απόφοιτοι Τουριστικών σχολών					
α. Το 50% του προσωπικού	NAI	NAI	NAI	NAI	280
β. Το 40% του προσωπικού		NAI	NAI	NAI	220
γ. Το 30% του προσωπικού			NAI	NAI	160
6. Αναλογία απασχολουμένων ως προς τον αριθμό των δωματίων (για ξενοδοχείο σε πλήρη λειτουργία):					
α. Τουλάχιστον ένας (μία) / 4 δωμ.	NAI	NAI	NAI	NAI	160
β. Τουλάχιστον ένας (μία) / 6 δωμ.		NAI	NAI	NAI	110
γ. Τουλάχιστον ένας (μία) / 8 δωμ.			NAI	NAI	70
δ. Τουλάχιστον ένας (μία) / 10				NAI	50

δωμ.					
7. Απόφοιτοι Γ΄βάθμιας εκπαίδευσης σε ποσοστό τουλάχιστον 5% του συνόλου του προσωπικού	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150
8. Αποδεδειγμένη γνώση εφαρμογής νέων τεχνολογιών του συνόλου του προσωπικού (H/Y σε ποσοστό τουλάχιστον 5%)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	150

* Από τις διαδεδομένες ευρωπαϊκές γλώσσες. Τα ποσοστά υπολογίζονται επί του προσωπικού που έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες του ξενοδοχείου (υπάλληλοι υποδοχής, σερβιτόροι κ.λπ.)

ΘΕΩΡΗΣΗ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ ΤΙΜΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Η διαδικασία θεώρησης των τιμών που δηλώνουν τα ξενοδοχεία περιλαμβάνει μία σειρά από εγκρίσεις και θεωρήσεις οι οποίες κρίνονται περιττές. Δηλαδή απαιτείται έγκριση και θεώρηση κάθε χρόνο με καταβολή σχετικού παράβολου:

- των υπεύθυνων δηλώσεων τιμών των ξενοδοχείων
- του αναλυτικού τιμοκαταλόγου που τοποθετείται στον χώρο της υποδοχής
- των αναλυτικών καταστάσεων των δωματίων
- των πινακίδων τιμών που τοποθετούνται στα δωμάτια

Με γνώμονα την απλούστευση της διαδικασίας θεώρησης των πινακίδων, αποφασίστηκε, μετά από πρόταση του Ξ.Ε.Ε. σε συνεννόηση με τον Υπουργό και Υφυπουργό Ανάπτυξης, οι μικρές πινακίδες τιμών που τοποθετούνται στα δωμάτια να υπογράφονται μόνο από τον Διευθυντή του ξενοδοχείου, ο οποίος θα ευθύνεται για την ορθή μεταφορά των ποσών από την μεγάλη πινακίδα τιμών της υποδοχής που εγκρίνεται από τη Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειας και τον Ε.Ο.Τ. για τα ξενοδοχεία της Αττικής. Εξάλλου, σύμφωνα με τη γνωμοδότηση της Νομικής Υπηρεσίας του Ξ.Ε.Ε., οι εν λόγω πινακίδες των δωματίων αποτελούν απόσπασμα της μεγάλης πινακίδας τιμών, οπότε περιττεύει η θεώρησή τους από τις αρμόδιες αρχές. Είναι προφανές ότι μ' αυτό τον τρόπο εξυπηρετούνται οι δημόσιες υπηρεσίες, αφού δεν θα χρειαστεί να σφραγίσουν 350.000 πινακίδες δωματίων, χωρίς να βλάπτεται όμως στο ελάχιστο το δικαίωμα ενημέρωσης του καταναλωτή. Ο τελευταίος πλέον έχει τη δυνατότητα να πληροφορηθεί από πολλές πηγές για τις τιμές ενός ξενοδοχείου (internet, οδηγοί ξενοδοχείων) πριν από την άφιξη του στο κατάλυμα και όταν καταλύσει στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο και αμφιβάλλει για την τιμή του συγκεκριμένου δωματίου μπορεί να συμβουλευθεί την κεντρική πινακίδα που βρίσκεται στην υποδοχή.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΤΙΜΩΝ 2006/7 – (1/4/06-31/3/07)

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ					
κατηγορία	Αρ. δωματίων	Αρ. διαμ/των	Αρ. κλινών	Α.Φ.Μ.:	Δ.Ο.Υ.
Διεύθυνση		οδός		αριθμ.....	Τ.Κ.
τηλέφωνα:	FAX:	E-MAIL:	WEB SITE:		

Ο Υπογεγραμμένος..... νόμιμος εκπρόσωπος της Ξενοδοχειακής Επιχείρησης που εκμεταλλεύεται το ανωτέρω ξενοδοχειακό κατάλυμα, με ατομική μου ευθύνη ΔΗΛΩΝΩ, γνωρίζοντας τις συνέπειες του νόμου για ψευδή ή ανακριβή δήλωση καθώς και τις προβλεπόμενες κυρώσεις του Ν. 2160/93, ότι για το χρονικό διάστημα 1/4/2006 – 31/03/2007 επιθυμώ να εισπράττω τις κατωτέρω αναφερόμενες τιμές στις οριζόμενες περιόδους, τις οποίες υποχρεούμαι να τηρήσω με ακρίβεια σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 11720/31-12-2004 απόφαση του Υφυπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης. (ΦΕΚ 16/Β/2005)

ΕΙΔΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ			ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ		
	Από / Έως	Από / Έως	Από / Έως	Από / Έως	Από / Έως	Από / Έως
	/ /	/ /	/ /	/ /	/ /	/ /
Δωμάτιο 1 κλίνης με λουτρό ή WC						
Δωμάτιο 1 κλίνης με λουτρό ή WC & AC						
Δωμάτιο 2 κλινών με λουτρό ή WC						
Δωμάτιο 2 κλινών με λουτρό ή WC & AC						
Διαμέρισμα 1 δίκλ. δωματ. χωρίς AC						
Διαμέρισμα 1 δίκλ. δωματ. με AC						
Διαμέρ. 1 μονόκλ. & 1 δίκλ.δωματ.χωρίς AC						
Διαμέρ. 1 μονόκλ. & 1 δίκλ.δωματ. με AC						
Διαμέρ. 2 δίκλ. δωματ. χωρίς AC						
Διαμέρ. 2 δίκλ. δωματ. με AC						
Διαμέρ. 1 μονόκλ.& 2 δίκλ.δωματ.χωρίς AC						
Διαμέρ. 1 μονόκλ.& 2 δίκλ.δωματ.με AC						
ΠΛΕΟΝΕΚΤΙΚΑ ΔΩΜΑΤΙΑ	Δωμάτιο 1 κλίνης					
	Δωμάτιο 2 κλινών					
ΜΕΙΟΝΕΚΤΙΚΑ ΔΩΜΑΤΙΑ	Δωμάτιο 1 κλίνης					
	Δωμάτιο 2 κλινών					
ΤΙΜΕΣ ΓΕΥΜΑΤΩΝ	Πρωινό					
	Γεύμα					
ΤΙΜΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ						

*AC = Κλιματισμός - *WC = Τουαλέτα


***ΝΑ ΥΠΟΒΛΗΘΕΙ ΣΕ 4 ΑΝΤΙΤΥΠΑ**

*Σε ανάγκη το παρόν να φωτοτυπηθεί

*Στις παραπάνω τιμές συμπεριλαμβάνονται οι νόμιμες επιβαρύνσεις.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Έχουν ελεγχθεί και εγκρίνονται οι παραπάνω τιμές σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 11720/31-12-2004 απόφαση του Υφυπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης.



Αθήνα 31 - 03 - 2006
Διευθυντής

Ημερομηνία:/...../2006

Ο - Η Δηλ.....

(Υπογραφή & σφραγίδα)

ΔΥΟ ΚΛΙΝΩΝ ΧΩΡΙΣ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟ						
α)Με λουτρό						
β)Απλά						
ΤΡΙΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΜΕ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟ						
α)Με λουτρό						
β)Απλά						
ΤΡΙΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΧΩΡΙΣ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟ						
α)Με λουτρό						
β)Απλά						



ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ Αναγράφονται οι αριθμοί των αντίστοιχων δωματίων	Από/Έως From/To	Από/Έως From/To	Από/Έως From/To	Από/Έως From/To	Από/Έως From/To	Από/Έως From/To
		___/___	___/___	___/___	___/___	___/___
	___/___	___/___	___/___	___/___	___/___	___/___
ΠΛΕΟΝΕΚΤΙΚΑ ΔΩΜΑΤΙΑ						
α) 1 Κλίνης						
β) 2 Κλινών						
ΜΕΙΟΝΕΚΤΙΚΑ ΔΩΜΑΤΙΑ						
α) 1 Κλίνης						

β) 2 Κλινών						
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΜΕ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟ						
α) Ενός δικλίνου δωματίου						
β) Ενός μονοκλίνου και ενός δικλίνου δωματίου						
γ) Δύο δικλίνων δωματίων						
ΤΙΜΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ						
ΤΙΜΗ ΠΡΩΪΝΟΥ						
ΤΙΜΗ ΓΕΥΜΑΤΟΣ						

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ:

Οι τιμές ισχύουν για παραμονή μέχρι τη 12η ώρα της επόμενης ημέρας.
 Η τιμή δωματίου για διημέρευση θα εισπράττεται μειωμένη κατά 50% της τιμής του δωματίου.

ΠΡΟΣΑΥΞΗΣΕΙΣ:

1. Για παραμονή μέχρι δύο μόνο ημερών μπορεί να προσαυξάνεται η αντίστοιχη τιμή κατά 10%.
2. Για προσθήκη κλίνης σε δωμάτιο εφ'όσον ζητηθεί από τον πελάτη, η αντίστοιχη τιμή προσαυξάνεται κατά 20%. Για προσθήκη κλίνης σε διαμέρισμα, η αντίστοιχη τιμή διαμερίσματος προσαυξάνεται κατά 10 %.

GENERAL REMARKS:

These prices are applicable for a stay up to 12.00 a.m. of the following day.
 Clients occupying the room during the day are charged with 50% discount of the room rate.

SURCHARGES:

1. For a stay up to two days the room rate can be increased by 10%.
2. The addition of an extra bed in a room-upon the client's request-will increase the room rate by 20 %. The addition of an extra bed in a suite will increase the relevant rate by 10 %.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Έχουν ελεγχθεί και εγκρίνονται οι παραπάνω τιμές σύμφωνα με την υπ' αριθμ.11720/31-12-04 απόφαση του Υφυπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης.

Αθήνα 31 – 03 – 2006



Η Διευθύντής

Αγνή Χριστίδου

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

THE HOTEL MANAGER



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ ΑΥΤΩΝ**

Άρθρο 8 του ν. 1652/30-10-1986 (ΦΕΚ 167 Α')

Κυρώνεται και έχει ισχύ νόμου από τότε που δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως η απόφαση 503007/1976 (ΦΕΚ 166) του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού “Περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών”, που έχει ως εξής:

1) Αριθ. 503007

Περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.

Έχοντας υπόψη τις διατάξεις:

1. Του άρθρου 4 του Δ/τος της 1ης Νοεμβρίου 1938 “περί προσόντων Ξενοδόχων και Ξενοδοχείων”.

2. Του Α.Ν. 1565/1950 όπως αυτός κυρώθηκε με το Ν. 1624/1951 και συνεπληρώθηκε με τα Ν.Δ. 3430/1955, Ν.Δ. 4109/1960 και Ν.Δ. 201/1974.

3. Τη με αριθ. 156/29-1-1976 απόφαση του Δ.Σ. Ε.Ο.Τ., αποφασίζομε:

Εγκρίνομε τον Κανονισμό που αφορά στις σχέσεις των Ξενοδόχων και πελατών αυτών, και έχει ως εξής:

Άρθρο 1

Ο ξενοδόχος υποχρεούται να ενοικιάζει τα κενά δωμάτια του ξενοδοχείου του σε κάθε πελάτη, να διαθέτει και να παρέχει πράγματι όσες ανέσεις διαφημίζει για το ξενοδοχείο του (π.χ. κολυμβητική δεξαμενή, αθλοπαιδιές, νυκτ. κέντρο, ομβρέλλες, ανάκλιτρα, αμμώδη ακτή κλπ).

Ο ξενοδόχος μπορεί να αρνηθεί την ενοικίαση, αν ο πελάτης:

α) Είναι ολοφάνερα ασθενής

β) Βρίσκεται σε μέθη

γ) Είναι ρυπαρός

Απαγορεύεται στον ξενοδόχο να μισθώνει ένα μέρος των δωματίων του ξενοδοχείου του με παράλληλη ανάληψη της υποχρέωσης να μη ενοικιάσει τις υπολοιπούμενες κλίνες σε άλλα συγκεκριμένα πρόσωπα ή Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς ή Τουριστικά Γραφεία (αποκλειστικότητα).

Άρθρο 2

Ο ξενοδόχος υποχρεούται να απαντά εγγράφως ή τηλεγραφικώς μέσα σε 3 ημέρες, ότι αποδέχεται ή όχι τις παραγγελίες για ενοικίαση δωματίων που έχουν διαβιβαστεί σ' αυτόν εγγράφως, τηλεφωνικώς ή τηλεγραφικώς και σε καταφατική περίπτωση δικαιούται να ζητήσει προκαταβολή μέχρι 25% στο σύνολο της τιμής διανυκτέρευσης για όλες τις ημέρες της διαμονής που έχουν παραγγελθεί. Η προκαταβολή δεν πρέπει να είναι κατώτερη του μισθώματος μιας ημέρας.

Η παραγγελία κράτησης θεωρείται ότι ολοκληρώνεται με τη λήψη της προκαταβολής που καθορίστηκε κατά τα ανωτέρω, ή με την έγγραφη αποδοχή της κράτησης από τον ξενοδόχο.

Άρθρο 3

Όποιος παραγγείλει δωμάτια προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει για προκαθορισμένη χρονική περίοδο και τελικά δεν τα χρησιμοποιήσει για όλη ή μέρος της περιόδου, οφείλει να αποζημιώσει το ξενοδόχο με το μισό της τιμής που συμφωνήθηκε για την περίοδο που δεν τα χρησιμοποίησε. Αν όμως ο πελάτης προειδοποίησε τον ξενοδόχο πριν από 21 τουλάχιστον ημέρες, τότε απαλλάσσεται από την αποζημίωση και ο ξενοδόχος υποχρεούται στην άμεση επιστροφή της προκαταβολής που τυχόν εισέπραξε.

Άρθρο 4

Ο πελάτης δικαιούται να κάνει χρήση:

α) Του δωματίου ή διαμερίσματος που ενοικίασε

β) Των κοινοχρήστων χώρων του ξενοδοχείου που προορίζονται για τους πελάτες.

Αν ο πελάτης απαιτήσει αποκλειστική χρήση ομβρέλας, ανάκλιτρου κλπ, που τυχόν διατίθενται από την επιχείρηση, ο ξενοδόχος δικαιούται να ζητήσει ειδική πληρωμή βάσει προκαθορισμένου τιμολογίου.

Το δωμάτιο ή το διαμέρισμα που ενοικιάστηκε επιτρέπεται να χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά και μόνο από τον πελάτη ενοικιαστή και τα πρόσωπα που αυτός, κατά την ενοικίαση ρητά edήλωσε.

Άρθρο 5

Η ενοικίαση του δωματίου θεωρείται ότι έγινε για μια ημέρα, εκτός αν άλλως, ρητώς, συμφωνηθεί μεταξύ ξενοδόχου και πελάτη.

Άρθρο 6

Η ενοικίαση θεωρείται ότι ανανεώνεται αμοιβαίως για κάθε επόμενη ημέρα, εφόσον ο ξενοδόχος δεν ειδοποιεί τον πελάτη ότι λήγει η μίσθωση και ο πελάτης δεν ειδοποιεί τον ξενοδόχο ότι δεν θα συνεχίσει τη μίσθωση.

Η ειδοποίηση αυτή πρέπει να γίνεται από την προηγούμενη ημέρα, διαφορετικά δεν ισχύει για την ίδια ημέρα, αλλά για την επόμενη.

Άρθρο 7

Σε περίπτωση που λυθεί η μίσθωση του δωματίου, κατά το προηγούμενο άρθρο, ο πελάτης υποχρεούται να εκκενώσει το δωμάτιο μέχρι την 12η ώρα. Παραμονή πέρα από την ώρα αυτή και μέχρι την 18η ώρα υποχρεώνει τον πελάτη στην καταβολή του μισού ενοικίου. Παραμονή πέρα από την 18η ώρα, υποχρεώνει τον πελάτη στην καταβολή ολόκληρου του ενοικίου μιας ημέρας. Αν αρνηθεί ο πελάτης, τότε ο ξενοδόχος δικαιούται να αποβάλει από το δωμάτιο τις αποσκευές του.

Άρθρο 8

Αν το δωμάτιο εκμισθωθεί για ορισμένο χρόνο, ο ξενοδόχος δεν δικαιούται να λύσει τη μίσθωση πριν περάσει ο χρόνος που συμφωνήθηκε, εκτός αν ο πελάτης:

α) Παραβεί τον παρόντα Κανονισμό

β) Ασθενήσει από μεταδοτική νόσο ή άλλη νόσο που προκαλεί ενόχληση στους λοιπούς πελάτες του ξενοδοχείου

γ) Παραβεί τα χρηστά ήθη

Αντίστοιχα ο πελάτης οφείλει:

α) Να δεχθεί το δωμάτιο που κρατήθηκε από τον ίδιο ή με εντολή του μέσω τρίτου, εκτός αν τούτο δεν είναι σύμφωνο με την παραγγελία του.

β) Να διατηρήσει το δωμάτιο μέχρι το τέλος του χρόνου που συμφωνήθηκε, διαφορετικά είναι υποχρεωμένος να καταβάλει στον ξενοδόχο αποζημίωση ίση με το μισό του μισθώματος όλων των υπολοίπων ημερών, που αναλογεί στη συμφωνημένη τιμή διανυκτέρευσης.

Τα πιο πάνω ισχύουν και στην περίπτωση που ο πελάτης δεν προσήλθε στο ξενοδοχείο την καθορισμένη ημερομηνία, εκτός από τις περιπτώσεις ανώτερης βίας, που να αποδεικνύεται με αδιάσειστα γεγονότα ή αποδεικτικά στοιχεία.

Η πιο πάνω συμφωνία μεταξύ ξενοδόχου και πελάτη για τη διάρκεια της μίσθωσης είναι ισχυρή, εφόσον υπάρχει σχετικό αποδεικτικό στοιχείο.

Άρθρο 9

Η ημέρα της άφιξης υπολογίζεται ολόκληρη ως προς το ενοίκιο, ανεξάρτητα από την ώρα άφιξης. Η ημέρα της αναχώρησης δεν υπολογίζεται, εκτός εάν ο πελάτης δεν εκκενώσει το δωμάτιο μέχρι την 12η ώρα της ημέρας αναχώρησης, οπότε ισχύουν τα οριζόμενα στο άρθρο 7 του παρόντος.

Άρθρο 10

Ο ξενοδόχος οφείλει να διαθέτει στους πελάτες τα δωμάτια που έχει αποδεχθεί έπειτα από παραγγελία έγγραφη, τηλεγραφική ή με συμβόλαιο - συμφωνητικό. Σε αντίθετη περίπτωση υποχρεούται να εξασφαλίσει τη διαμονή τους σε άλλο ξενοδοχείο της ίδιας τουλάχιστον τάξης και στην αυτή πόλη, που να διαθέτει εν πάση περιπτώσει τις ίδιες ανέσεις και τις προϋποθέσεις διαμονής (θάλασσα αθλοπαιδιές κλπ), όπως αυτές που διαφημίζονται για το δικό του ξενοδοχείο. Στην περίπτωση αυτή ο ξενοδόχος οφείλει να καταβάλει εξ ιδίων τα έξοδα μεταφοράς και την επί πλέον διαφορά τιμής που τυχόν υπάρχει μεταξύ του δικού του και του άλλου ξενοδοχείου. Εφόσον τα παραπάνω δεν καταστεί δυνατόν να εξασφαλιστούν, ο ξενοδόχος υποχρεούται να αποζημιώσει τον πελάτη με το σύνολο της τιμής διαμονής και για όλο το χρονικό διάστημα που συμφωνήθηκε, είτε αυτός (πελάτης) έχει προέλθει σε απευθείας συμφωνία με το ξενοδοχείο, είτε είναι κομιστής διατακτικής πρακτορείου (VOUCHER) που εκδόθηκε ύστερα από Συμφωνητικό - Συμβόλαιο που ισχύει.

Απαγορεύεται στον ξενοδόχο να συνάπτει συμβάσεις εκμισθώσεις για κλίνες περισσότερες από εκείνες που διαθέτει το ξενοδοχείο του.

Παράβαση της ανωτέρω διάταξης θέλει επιφέρει ως διοικητική κύρωση κατά του ξενοδόχου τον υποβιβασμό του ξενοδοχείου στην αμέσως κατώτερη τάξη για ένα χρόνο.

Άρθρο 11

Συμφωνίες - Συμβόλαια μεταξύ ξενοδόχων και Τουριστικών Γραφείων ή Ταξιδιωτικών Οργανισμών είτε ομάδων πελατών για κράτηση αριθμών κλινών για ορισμένη χρονική περίοδο, με σκοπό τη συνεχή αποστολή εναλλασσόμενων πελατών (ALLOTMENT), πρέπει να περιλαμβάνουν, εκτός των λοιπών όρων:

α) Την τιμή απλής διανυκτέρευσης που συμφωνήθηκε με πρωινό ή με ημιδιατροφή ή με πλήρη διατροφή.

1) Τα συμφωνημένα πρωινά και γεύματα (ΤΑΜΠΑ ΝΤΟΤ) πρέπει να διατίθενται σε τιμή και σύνθεση, όπως καθορίζεται κάθε φορά από τις Αγορανομικές Διατάξεις.

2) Απαγορεύεται στα ξενοδοχεία που δεν διαθέτουν εντός αυτών εστιατόρια και κυλικεία να συνάπτουν συμβόλαια μισθώματος κλινών με πρωινό, ημιδιατροφή ή πλήρη διατροφή.

3) Ομοίως απαγορεύεται η μίσθωση ή υπεκμίσθωση των εστιατορίων και κυλικείων που τυχόν λειτουργούν μέσα στο ξενοδοχείο σε πρόσωπα ξένα προς την επιχείρηση, γιατί καθίσταται σαφές εν προκειμένω ότι η ευθύνη της επιχείρησης είναι ενιαία για όλα τα τμήματα της Ξενοδοχειακής Μονάδας.

β) Τον τύπο των δωματίων (μονόκλινα, δίκλινα, απλά ή με λουτρό).

γ) Την ακριβή χρονική διάρκεια της μίσθωσης.

δ) Τον αριθμό διανυκτερεύσεων που κατά μήνα συμφωνήθηκε κατ' ανώτατο και κατώτερο όριο.

Άρθρο 12

1) Ο ξενοδόχος δικαιούται να απαιτήσει προκαταβολή που επέχει θέση αρραβώνα μέχρι ποσοστό 25% στο συνολικό ποσό που προκύπτει από τη συμφωνία που έγινε.

2) Σε περίπτωση που ο ξενοδόχος αθετήσει τη συμφωνία, υποχρεούται στην άμεση επιστροφή της προκαταβολής εντόκως, καθώς και για τα λοιπά δικαιώματα που θα προκύψουν ενδεχομένως υπέρ του αντισυμβαλλόμενου. Παράλληλα αυτή η συμπεριφορά του ξενοδόχου θα θεωρηθεί βαρύτατο παράπτωμα και θα επισύρει σε βάρος του αυστηρότατες διοικητικές κυρώσεις εκ μέρους του Ε.Ο.Τ.

3) Σε περίπτωση που το Τουριστικό Γραφείο ή ο Ταξιδιωτικός Οργανισμός δεν καλύψει το κατώτατο όριο του ALLOTMENT που συμφωνήθηκε για κάθε μήνα, ο ξενοδόχος δικαιούται αποζημίωση υπολογιζόμενη στη συμφωνημένη τιμή διανυκτέρευσης και ανερχόμενη στο μισό του υπόλοιπου του κατώτατου ορίου του ALLOTMENT που παραμένει ακάλυπτο.

Η εν λόγω αποζημίωση μπορεί να συμψηφιστεί με την τυχόν προκαταβολή που κατατέθηκε.

Άρθρο 13

1) Τουριστικό Γραφείο ή Ταξιδιωτικός Οργανισμός δικαιούται να ακυρώσει μέρος ή το σύνολο των συμφωνημένων κλινών χωρίς την υποχρέωση καταβολής αποζημίωσης, εφόσον αποδεδειγμένα ειδοποιηθεί ο ξενοδόχος είκοσι μία (21) τουλάχιστον ημέρες πριν από τη συμφωνημένη άφιξη των πελατών (RELEASE PERIOD).

2) Αντίστοιχα και ο ξενοδόχος δικαιούται να αποδεσμευθεί σε χρονικό όριο (RELEASE PERIOD) είκοσι μία (21) ημερών πριν από κάθε τακτή άφιξη των πελατών, για όσες από τις συμφωνημένες κλίνες δεν υπάρχει επικυρωμένη κράτηση με VOUCHER ή με ROOMING LIST.

3) Τα Τουριστικά Γραφεία ή οι Ταξιδιωτικοί Οργανισμοί αναλαμβάνουν υποχρεωτικά, με τη σύμβαση των ALLOTMENTS και με ποινή ακυρότητας της σύμβασης αυτής, την υποχρέωση να καλύψουν ορισμένο ποσοστό του συνόλου των συμφωνημένων ALLOTMENTS κατά τη μέση (ΑΠΡΙΛΙΟΣ - ΜΑΪΟΣ - ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ) τουριστική περίοδο. Το ποσοστό αυτό καθορίζεται ελεύθερα κατά μήνα από τους αντισυμβαλλόμενους. Στην περίπτωση που το Τουριστικό Γραφείο ή ο Ταξιδιωτικός Οργανισμός δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του αυτή, ο ξενοδόχος δικαιούται να προβεί σε ανάλογη προς το ποσοστό των ALLOTMENTS, που δεν καλύφθηκε, μείωση των κλινών που συμφωνήθηκαν για την περίοδο της αιχμής (ΙΟΥΝΙΟΣ - ΙΟΥΛΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ και ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ).

4) Τα τουριστικά Γραφεία ή οι Ταξιδιωτικοί Οργανισμοί αναλαμβάνουν, με τη σύμβαση των ALLOTMENTS και με ποινή ακυρότητας της σύμβασης αυτής, την υποχρέωση να χορηγούν στους ξενοδόχους, σε χρόνο που ρητά καθορίζεται από τη σύμβαση, δεσμευτική κατάσταση των κρατήσεων τους για την περίοδο 1/7 έως 15/9. Αντίστοιχα οι ξενοδόχοι υποχρεούνται να εξασφαλίσουν τον αριθμό των κλινών της ανωτέρω κατάστασης, επαυξημένο κατά 30% για την αντιμετώπιση των κρατήσεων της τελευταίας στιγμής.

Η παράγραφος 3 τροποποιήθηκε και η παράγραφος 4 προστέθηκε ως έχουν με την 535813/27-9-79 απόφαση του Γ.Γ. Ε.Ο.Τ.

Άρθρο 14

Σε κάθε δωμάτιο πρέπει να υπάρχει πινακίδα θεωρημένη από την Αστυνομία, όπου να αναγράφονται στις οικείες στήλες αναλυτικά, η τιμή του δωματίου, οι σχετικές προσαυξήσεις και η συνολική τιμή, που θα προκύψει από την άθροιση τούτων και επί πλέον το αντίτιμο του πρωϊνού και του γεύματος σύμφωνα με τις Αγορανομικές Διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά και εφόσον βεβαίως αυτά παρέχονται, ώστε οι πελάτες να έχουν επακριβή ενημέρωση για το συνολικό ποσό που υποχρεούνται να καταβάλουν για τη διαμονή τους στο δωμάτιο του ξενοδοχείου.

Άρθρο 15

Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στις οποίες έχει χορηγηθεί από τον Ε.Ο.Τ. το δικαίωμα υποχρεωτικής παροχής πρωϊνού ή γεύματος οφείλουν να προσθέτουν στην τιμή του δωματίου και μάλιστα στο ακέραιο και τις τιμές που καθορίζονται από τις Αγορανομικές Διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά και να προσφέρουν με τη σύνθεση που προβλέπεται από τις παραπάνω Αγορανομικές Διατάξεις τα εν λόγω ενδέσματα.

Τα ξενοδοχεία στα οποία παρέχεται το δικαίωμα υποχρεωτικής ημιδιατροφής, υποχρεούνται να γνωστοποιούν τούτο στους πελάτες κατά την άφιξή τους και να αναρτούν σχετική ενδεικτική πινακίδα σε εμφανή θέση της υποδοχής και του υπνοδωματίου.

Άρθρο 16

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας οφείλουν να εισπράττουν όλο το χρόνο τις τιμές που δηλώθηκαν στον Ε.Ο.Τ. και εγκρίθηκαν απ' αυτόν. Απαγορεύεται η είσπραξη τιμών κατώτερων ή ανώτερων από αυτές που δηλώθηκαν, σε συνδυασμό με τις εκπτώσεις που καθορίζονται κάθε φορά από τις Υπουργικές Αποφάσεις περί τιμών ξενοδοχείων.

Για τη διαπίστωση της πιστής τήρησης των ανωτέρω, οι ξενοδόχοι υποχρεούνται να:

α) Υποβάλουν στην αρμόδια Διεύθυνση του Ε.Ο.Τ. τα συμβόλαια που υπογράφηκαν μεταξύ αυτών και των Τουριστικών Γραφείων Εσωτερικού και Εξωτερικού εις διπλούν, για έλεγχο και θεώρηση

β) Θέτουν υπόψη των αρμόδιων οργάνων του Ε.Ο.Τ. για έλεγχο τα βιβλία (MAIN COURANTE) της ημερήσιας κίνησης και χρέωσης των πελατών καθώς και τα αντίγραφα των λογαριασμών που επιδίδονται στους πελάτες.

Συμβόλαια που δεν υποβλήθηκαν για θεώρηση και έλεγχο, όπως πιο πάνω, δεν θα έχουν καμιά αποδεικτική ισχύ για τον Ε.Ο.Τ., σε περίπτωση που θα ανακύψει διαφορά ανάμεσα στους συμβαλλόμενους.

Στους παραβάτες των ανωτέρω διατάξεων θα επιβληθούν διοικητικές κυρώσεις που φθάνουν μέχρι την ανάκληση του διορισμού του υπεύθυνου Δ/ντή του ξενοδοχείου,

εφόσον τα συμβόλαια φέρουν την υπογραφή του και τον υποβιβασμό της Ξενοδοχειακής Μονάδας στην τάξη εκείνη που αντιστοιχούν οι εισπραττόμενες τιμές κατά τη διαπίστωση της παράβασης (Β.Δ. 27/4 - 14/5/1937 άρθρ. 10).

Άρθρο 17

Ο ξενοδόχος, για την εξυπηρέτηση των πελατών, υποχρεούται να διατηρεί ανοιχτό το ξενοδοχείο του για όλο το 24ωρο, διαθέτοντας υπάλληλο υποδοχής κατά τη διάρκεια της ημέρας και νυκτοθυρωρό κατά τη διάρκεια της νύχτας.

Επίσης υποχρεούται να έχει για όλο το 24ωρο σε λειτουργία το τηλεφωνικό κέντρο του ξενοδοχείου του.

Άρθρο 18

Οι υπεύθυνοι Δ/ντές που διορίζονται με απόφαση του Ε.Ο.Τ., είναι υποχρεωμένοι να φροντίζουν για την τήρηση του παρόντος Κανονισμού και για τους νόμους που αφορούν στα ξενοδοχεία και τις λοιπές διατάξεις.

Οι επιχειρηματίες ξενοδόχοι οφείλουν να μην παρεμβαίνουν στα καθήκοντα του Δ/ντή, στην περίπτωση της παρέμβασης ο Δ/ντής υποχρεούται να υποβάλει σχετική αναφορά στην αρμόδια Υπηρεσία του Ε.Ο.Τ.

Παράβαση των ανωτέρω επισύρει διοικητικές κυρώσεις τόσο σε βάρος του Δ/ντή όσο και σε βάρος της Επιχείρησης.

Άρθρο 19

Οι λογαριασμοί πελατών εισπράττονται συνήθως κάθε εβδομάδα. Ο ξενοδόχος όμως δικαιούται να ζητήσει την εξόφλησή τους και καθημερινώς.

Σε περίπτωση μη έγκαιρης εξόφλησης του λογαριασμού, ο ξενοδόχος δικαιούται να αρνηθεί τη συνέχιση της μίσθωσης του δωματίου ή της κλίνης, να παρακρατήσει κατά την αναχώρηση του οφειλέτη πελάτη όλα τα αντικείμενά του που έχουν εισκομιστεί ή παραδοθεί σ' αυτόν από τον πελάτη σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 5 του Ν.Δ. 5205/1931.

Άρθρο 20

Ο πελάτης κατά την άφιξή του στο ξενοδοχείο, οφείλει να παραδώσει στον ξενοδόχο ή στον εντεταλμένο Δ/ντή του ξενοδοχείου τα πολύτιμα ή σημαντικής αξίας αντικείμενα καθώς και τα χρήματα που έχει μαζί του παίρνοντας σχετική απόδειξη. Σε αντίθετη περίπτωση ο ξενοδόχος δεν ευθύνεται για την τυχόν απώλειά τους.

Για τα λοιπά αντικείμενα που εισκομίζονται στο ξενοδοχείο από τον πελάτη, ο ξενοδόχος απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη, αν η ζημία ή η απώλεια οφείλεται σε αμέλεια του πελάτη ή των προσώπων που τον συνοδεύουν, τον επισκέπτονται ή βρίσκονται στην υπηρεσία του.

Επίσης ο ξενοδόχος απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη, αν η βλάβη, η καταστροφή ή η απώλεια οφείλεται σε ανώτερη βία (σεισμός, πυρκαϊά κλπ) ή στην ιδιάζουσα φύση του πράγματος.

Άρθρο 21

Σε περίπτωση ασθένειας από μολυσματική ή μεταδοτική νόσο ή παραφροσύνης ή θανάτου ή αυτοκτονίας του πελάτη μέσα στο ξενοδοχείο, ο ξενοδόχος δικαιούται αποζημίωση από τον πελάτη ή από τους δικαιούχους του για τις δαπάνες ή ζημίες που προήλθαν από το συμβάν.

Το ποσό της αποζημίωσης καθορίζεται με απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ.

Ο πελάτης του ξενοδοχείου είναι υπεύθυνος για κάθε βλάβη ή ζημία που έγινε στο ξενοδοχείο και οφείλεται σ' αυτόν ή τους επισκέπτες του ή στο υπηρετικό προσωπικό του, ή σε κάθε άλλο πρόσωπο, για το οποίο ευθύνεται ο πελάτης (θραύση γυαλικών, πιατικών, νιπτήρων, βλάβες επίπλων, ταπήτων, ρουχισμού κλπ).

Άρθρο 22

Ο πελάτης υποχρεούται:

- α) Να υπογράψει κατά την είσοδό του στο ξενοδοχείο τα δελτία που διατάσσονται από τις Αρχές.
- β) Να παραδίδει στο θυρωρείο το κλειδί του δωματίου του κατά την έξοδό του από το ξενοδοχείο. ο ξενοδόχος υποχρεούται σε κάθε περίπτωση να διαθέτει και δεύτερο κλειδί για κάθε δωμάτιο της Ξενοδοχειακής του Μονάδας.
- γ) Να δέχεται τους επισκέπτες του στις αίθουσες του ξενοδοχείου.
Επισκέψεις στα δωμάτια απαγορεύονται, εκτός αν ο πελάτης διαθέτει διαμέρισμα.

Άρθρο 23

Απαγορεύεται:

- α) Η παρασκευή στα δωμάτια του ξενοδοχείου από τους πελάτες φαγητών και αφεψημάτων καθώς και η εστίαση μέσα σ' αυτά εκτός των ασθενών ή αυτών που έχουν ζητήσει ROOM SERVICE.
- β) Η χρήση από τους πελάτες πετρελαιομηχανών, καμινέτων, ηλεκτρικών συσκευών κλπ.
- γ) Η χρησιμοποίηση ηλεκτρικού ρεύματος γι' άλλο σκοπό εκτός για φωτισμό και ξυριστική μηχανή.
- δ) Η πλύση στα δωμάτια ασπρόρουχων και λοιπών ειδών ιματισμού.
- ε) Η τοποθέτηση στους διαδρόμους του ξενοδοχείου κάθε είδους αποσκευών.
- στ) Η μετακίνηση στα δωμάτια επίπλων και η διάνοιξη στους τοίχους οπών για ανάρτηση φωτογραφιών ή άλλων αντικειμένων.
- ζ) Η διατήρηση μέσα στο ξενοδοχείο κάθε είδους κατοικιδίων ζώων, εκτός αν διατίθεται στο ξενοδοχείο ειδικός για τούτο χώρος.
- η) Τα τυχερά παιχνίδια.
- θ) Η μουσική, τα άσματα και κάθε είδους συγκεντρώσεις, που προξενούν θόρυβο ή ενόχληση στους λοιπούς πελάτες. Για κάθε θόρυβο ή ενόχληση από ανήλικους ευθύνονται οι γονείς ή οι κηδεμόνες τους.
- ι) Η μεταφορά και χρήση έξω από τα δωμάτια λινών προσοπίων και λοιπών ειδών ιματισμού.

Άρθρο 24

Ο πελάτης οφείλει να συμπεριφέρεται με ευγένεια στο προσωπικό του ξενοδοχείου και για κάθε παράπονο εναντίον του να αναφέρεται στη Δ/ση, η οποία και υποχρεούται να τον ικανοποιήσει στο μέτρο του εφικτού και νόμιμου.

Σε περίπτωση που ο πελάτης παραβαίνει τις διατάξεις του παρόντος Κανονισμού, θορυβεί συστηματικά, ενοχλεί τους λοιπούς πελάτες και γενικά συμπεριφέρεται ανάρμοστα σ' αυτούς και το προσωπικό, μπορεί να θεωρηθεί ως ανεπιθύμητος και η Δ/ση του ξενοδοχείου δικαιούται να απαιτήσει μέσα σε 24 ώρες να εγκαταλείψει το ξενοδοχείο και να εκκενώσει το δωμάτιο από τις αποσκευές του.

Άρθρο 25

Αν εκδηλωθεί κρούσμα μολυσματικής νόσου οι οικείοι του άρρωστου και ο θεράπωντας ιατρός οφείλουν αμέσως να ειδοποιήσουν τη Δ/νση του ξενοδοχείου, το οικείο Αστυνομικό Τμήμα και το πλησιέστερο Υγειονομικό Κέντρο.

Άρθρο 26

Σε περίπτωση παράβασης του παρόντος Κανονισμού, ο πελάτης ή ο ξενοδόχος μπορούν, αν χρειαστεί, να απευθυνθούν στην Τουριστική Αστυνομία ή ελλείψει αυτής, στις λοιπές Αστυνομικές Αρχές, οι οποίες υποχρεούνται να προσφέρουν κάθε νόμιμη βοήθεια και να επιβάλουν την εφαρμογή των διατάξεων του Κανονισμού αυτού.

Άρθρο 27

Ο Κανονισμός Σχέσεων Ξενοδόχων και Πελατών που ίσχυε με την 7778/31-3-1955 απόφασή μας καταργείται από τη δημοσίευση του παρόντος.

Η παρούσα να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα 29 Ιανουαρίου 1976

Ο Γενικός Γραμματέας
ΤΖΑΝΝΗΣ ΤΖΑΝΕΤΑΚΗΣ

2) Ο κανονισμός αυτός μπορεί να τροποποιείται με αποφάσεις του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ., που δημοσιεύονται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Άρθρο 9

Η ισχύς του νόμου αυτού αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Παραγγέλλομε τη δημοσίευση του παρόντος στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και την εκτέλεσή του ως νόμου του Κράτους.

Αθήνα, 14 Οκτωβρίου 1986

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΤ. ΣΑΡΤΖΕΤΑΚΗΣ

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΕΘΝ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΚΩΣΤΑΣ ΣΗΜΙΤΗΣ

ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ
ΑΠΟΣΤ. ΚΑΚΛΑΜΑΝΗΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΣΟΒΟΛΑΣ

Θεωρήθηκε και τέθηκε η Μεγάλη Σφραγίδα του Κράτους.

Αθήνα, 21 Οκτωβρίου 1986

Ο ΕΠΙ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ ΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΚΑΚΛΑΜΑΝΗΣ

ΚΟΛΥΜΒΗΤΙΚΕΣ ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΙΤΗΜΑ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ

Η λειτουργία των κολυμβητικών δεξαμενών στα ξενοδοχεία αποτελεί μόνιμο πονοκέφαλο για τους ξενοδόχους, γιατί η σχετική νομοθεσία και οι εγκύκλιες οδηγίες απαιτούν μια σειρά από μέτρα που άλλα ανάγονται σε κατασκευαστικές προδιαγραφές των δεξαμενών και άλλα στην λειτουργία και τη συντήρησή τους, τα οποία είτε είναι ξεπερασμένα είτε είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες των αυτόνομων δημόσιων κολυμβητηρίων.

Επιπλέον πολλά ξενοδοχεία, τα οποία κατασκευάστηκαν μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1970 και στις αρχές του 1980 **δεν είχαν υποχρέωση να εκδώσουν ειδική οικοδομική άδεια για την κολυμβητική δεξαμενή των εγκαταστάσεών τους**. Σήμερα όμως για την έκδοση άδειας λειτουργίας κολυμβητικής δεξαμενής, απαιτείται βεβαίωση από την πολεοδομία ότι η δεξαμενή είναι χώρος κύριας χρήσης και ότι έχει μόνιμη άδεια (παρόλο που δεν προσμετράται στον συντελεστή δόμησης), με αποτέλεσμα αυτά τα ξενοδοχεία να αντιμετωπίζουν μεγάλο πρόβλημα στην έκδοση της άδειας λειτουργίας της πισίνας τους. Η Επιτροπή που συστήθηκε μεταξύ ΞΕΕ και ΥΠΕΧΩΔΕ για να μελετήσει τα θέματα αρμοδιότητας του ΥΠΕΧΩΔΕ εξετάζει μεταξύ άλλων και τα προβλήματα που σχετίζονται με την αδειοδότηση των κολυμβητικών δεξαμενών. Σε γνώση της Επιτροπής έχουν περιέλθει **οι προτάσεις της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου, καθώς και άλλων ενώσεων, με σκοπό την επεξεργασία ενός ολοκληρωμένου σχεδίου ρυθμίσεων, το οποίο να κατατεθεί στο ΥΠΕΧΩΔΕ και στο Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας**.

Το ΞΕΕ ήδη με έγγραφο του προς το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας **ζητά την σύσταση Επιτροπής, η οποία να ασχοληθεί ειδικά με τα θέματα των κολυμβητικών δεξαμενών των ξενοδοχείων**, με σκοπό τον εκσυγχρονισμό της ισχύουσας νομοθεσίας και την αναστολή εφαρμογής των συγκεκριμένων εγκυκλίων.

Το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας, μέσω της αρμόδιας Διεύθυνσης Υγιεινής Περιβάλλοντος, **απάντησε θετικά στο αίτημα μας**, επισημαίνοντας την ανάγκη τροποποίησης της υγειονομικής διάταξης Γ1/443/1973, ειδικά για τα ξενοδοχεία καθώς και την έκδοση νέων οδηγιών εφαρμογής.

Οι απαιτήσεις με βάση την Εγκύκλιο Υ2/81301/02 του Υπουργείου Υγείας Πρόνοιας έχουν ως εξής:

- Άδεια λειτουργίας από την Υγειονομική Υπηρεσία της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, αφού κατατεθεί έκθεση τεχνικών στοιχείων δεξαμενής, σχεδιαγράμματα και ηλεκτρομηχανολογικά σχέδια.
- Βεβαίωση για την νομιμότητα και καταλληλότητα της πηγής υδροληψίας.
- Περίφραξη εξωτερικώς των περιφερειακών διαδρομών.
- Υπεύθυνος λειτουργίας της δεξαμενής με σχετική εκπαίδευση.
- Επόπτες ασφαλείας και παροχής πρώτων βοηθειών με σχετική εκπαίδευση.
- Υπεύθυνος καθαρισμού.
- Ιδιαίτερες εγκαταστάσεις αποδυτηρίων, αποχωρητηρίων, καταιονητήρων (μη υπαιθρίων) και νιπτήρων για κάθε φύλο.
- Διαχωρισμός των χώρων της δεξαμενής από γειτνιαζουσες δραστηριότητες.
- Γραμμή ασφαλείας διαχωρισμού αβαθών νερών.
- Σήμανση βαθών.

- Βαθμίδες – κλίμακες – βατήρες.
- Διάθεση υγρών αποβλήτων.
- Ανάρτηση πινακίδων με οδηγίες λούσεως και κανόνες για την ορθή χρήση της δεξαμενής.
- Κυτίο πρώτων βοηθειών.
- Μέσα διάσωσης.
- Εργαστηριακός έλεγχος τουλάχιστον ένα δείγμα εβδομαδιαίως.



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝ. ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΥΓΕΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΗΧΑΝΙΚΗΣ
69553**

**& ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΠΕΡ/ΝΤΟΣ
ΤΜΗΜΑ Α' (ΥΓ/ΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΥΔΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΒΑΗΤΩΝ)
Πρόνοιας,**

**Ταχ. Δ/ση : Αριστοτέλους 17
Ταχ. Κώδικας : 104 33 Αθήνα
FAX : 210-5236046
Πληροφορίες : Α Τμήμα
Τηλέφωνο : 210- 05243609**

Αθήνα, 6.6.06

Αριθ. Πρωτ.: ΓΔΥ2/οκ

**ΠΡΟΣ: Όλες τις Ν.Α.
Δ/σεις Υγείας, Υγείας –**

Δημ. Υγιεινής κλπ.

Ε Γ Κ Υ Κ Λ Ι Ο Σ

**ΘΕΜΑ: Οδηγίες – διευκρινίσεις εφαρμογής των Υγειονομικών Διατάξεων
«για τη λειτουργία κολυμβητικών δεξαμενών».**

- ΣΧΕΤ.:α) Η ΔΥΓ2/80825/05 «Τροποποίηση της υπ' αριθ. Γ1/443/73 (ΦΕΚ 87B) Υγ. Διάταξης, όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθ. Γ4/1150/76 (ΦΕΚ 937 B) όμοια περί λειτουργίας κολυμβητικών δεξαμενών.
β) Η Γ1/443/73 (ΦΕΚ 87B) Υγ. Διάταξη, όπως τροποποιήθηκε με την Γ4 1150/76 (ΦΕΚ 937 B) όμοια περί λειτουργίας κολυμβητικών δεξαμενών.
γ) Οι Β2/οικ.2713/12-8-98, Υ2/1800/9-6-97, Υ2/οικ. ΓΠ15127/9-10-01, Υ2/ οικ.1197/26-4-95, Υ2/2256/21-6-01, Υ2/20394/17-5-02 και Υ2/81301/02/03 εγκύκλιοί μας.
δ) Η Γ1/5427/ΕΓΚ 258/25-5-73 εγκύκλιος.
ε) Η Ε1β/221/65 Υγ. Διάταξη και η ΚΥΑ 69269/90.
στ) Οι Υ2/ΓΠ οικ.1116/21-12-01 και Υ2/οικ. 6-4-05 εγκύκλιοί μας.
ζ) Το ΠΔ 95/2000 περί Οργανισμού του Υπουργείου.
η) Οι Νόμοι 1650/86 (ΦΕΚ 160Α/ και 1739/87 (ΦΕΚ 201Α) και 3199/03 (ΦΕΚ 280^Α).
θ) Το Π.Δ. 43/2002 (ΦΕΚ 43Α) «Κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστέρων και τεχνικές προδιαγραφές αυτών».
Με αφορμή την έκδοση του σχετικού (α), αναφορικά με τροποποίηση της υπ' αριθ. Γ1/443/73 (ΦΕΚ 87B) Υγ. Διάταξης και για λόγους παροχής οδηγίων ορθής εφαρμογής των (α) και (β) σχετικών υγειονομικών διατάξεων, σας ενημερώνουμε τα ακόλουθα, όσον αφορά:

1. την ποιότητα, ανακυκλοφορία, καθαρισμό και απολύμανση του νερού

Η ποιότητα νερού των κολυμβητικών δεξαμενών θα πρέπει γενικά να είναι σύμφωνη με το άρθρο 15 της (β) σχετικής.

Για την εξοικονόμηση των υδατικών πόρων και την προστασία του περιβάλλοντος πρέπει **κατά προτίμηση** να χρησιμοποιούνται κολυμβητικές δεξαμενές με σύστημα **ανακυκλοφορίας** του νερού και να αποφεύγεται η χρήση δεξαμενών χωρίς επαναχρησιμοποίηση του νερού, στο πνεύμα των διατάξεων των σχετικών (η) Νόμων.

Σύμφωνα με την παρ. 1α του άρθ. 15 της (β) σχετικής το νερό της κολυμβητικής δεξαμενής θα πρέπει να ανανεώνεται **συνεχώς** καθόλη τη διάρκεια της λειτουργίας της, με ρυθμό που εξασφαλίζει την πλήρη ανανέωσή του σε χρόνο όχι μεγαλύτερο των 4 ωρών και σε ειδικές περιπτώσεις των 6 ωρών. Η ανανέωση πρέπει να επιτυγχάνεται είτε με συνεχή ροή νέου καθαρού νερού, είτε με ανακυκλοφορία του νερού της δεξαμενής μετά από προηγούμενο καθαρισμό και απολύμανση.

Σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθ. 16 της (β) σχετικής το σύστημα ανακυκλοφορίας – καθαρισμού – απολύμανσης του νερού θα λειτουργεί όλες τις ώρες χρησιμοποίησης της δεξαμενής και πέραν αυτών για τόσο χρόνο, όσος απαιτείται για την εξασφάλιση του νερού διαυγούς και κατάλληλου από μικροβιολογική άποψη.

Η μέτρηση του υπολείμματος χλωρίου στο νερό της δεξαμενής θα γίνεται χρωματομετρικά με την μέθοδο DPD³⁰ και θα κυμαίνεται μεταξύ 0,4 και 0,7 mg/l, ώστε να αποφεύγεται η χρήση της επικίνδυνης ουσίας ορθοτολιδίνης.

Διευκρινίζεται ότι παρά τις αναφορές σε επιμέρους άρθρα (παρ. 2β του άρθ. 5 και παρ. 1α του άρθ. 15) της (β) σχετικής για λειτουργία κολυμβητικών δεξαμενών χωρίς απολύμανση (σε περιπτώσεις συνεχούς ροής νέου καθαρού νερού από ασφαλή φυσική πηγή μη υποκείμενη σε χλωρίωση), **υποχρεωτική απολύμανση απαιτείται σε όλες τις περιπτώσεις** λειτουργίας των κολυμβητικών δεξαμενών ως ρητά **επιβάλλεται** από το άρθ. 18 της διάταξης.

Υπενθυμίζεται επίσης ότι η **τροφοδοσία** της κολυμβητικής δεξαμενής με **θαλασσινό νερό δεν αντίκειται** στις διατάξεις της (β) σχετικής, **υπό την προϋπόθεση** ότι τα **τελικά φυσικά, χημικά και μικροβιολογικά χαρακτηριστικά του νερού της δεξαμενής θα είναι σύμφωνα με τις προδιαγραφές του άρθ. 15 της (β) σχετικής Υγ. Διάταξης.**

2. τις βοηθητικές εγκαταστάσεις

Με το άρθ. 12 της σχετ. (β) προβλέπεται για κάθε δεξαμενή επαρκής αριθμός **ιδιαίτερων** αποχωρητηρίων, ουρητηρίων, καταιονητήρων και νιπτήρων για κάθε φύλο και ο ελάχιστος αριθμός τους προσδιορίζεται με βάση τον μέγιστο αριθμό των λουομένων που μπορεί να εξυπηρετήσει η δεξαμενή. Συνεπώς, κάθε δεξαμενή θα πρέπει να διαθέτει δικές της εγκαταστάσεις παρόμοιων ευκολιών, οι οποίες θα προβλέπονται αποκλειστικά για τους χρήστες της κολυμβητικής δεξαμενής.

Με το άρθ. 2 της σχετ. (β) προβλέπεται ότι σε ξενοδοχειακές μονάδες με ανάλογης επιφάνειας κολυμβητική δεξαμενή κοντά στη μονάδα, σαν παρελκόμενες της πισίνας εγκαταστάσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι αντίστοιχες του ισογείου της ξενοδοχειακής μονάδας, εφόσον υπάρχουν.

Διευκρινίζοντας την (α) σχετική ως **«παρελκόμενες της πισίνας εγκαταστάσεις»** για τις ξενοδοχειακές μονάδες θεωρούνται οι βοηθητικές

³⁰ DPD: Διαιθυλοπαραφαινυλοδιαμίνη

εγκαταστάσεις (αποχωρητήρια, ουρητήρια, καταιονητήρες και νιπτήρες), που βρίσκονται στο ισόγειο της ξενοδοχειακής μονάδας και ως εκ τούτου μπορούν να εξυπηρετούν τους λουόμενους της κολυμβητικής δεξαμενής.

Υπενθυμίζεται ότι τα αποδυτήρια των ξενοδοχείων είναι προαιρετικά (σχετ. θ), όταν όμως υφίστανται θα πρέπει να τηρείται απαρέγκλιτα η γενική διάταξη των χώρων (άρθ. 3, παρ. 1) σε αποδυτήρια – αποχωρητήρια – καταιονητήρες – (ποδολουτήρες) – κολυμβητική δεξαμενή εντός χώρου ευχερώς ελεγχόμενου από το προσωπικό λειτουργίας.

3. την άδεια λειτουργίας κολυμβητικής δεξαμενής

Προκειμένου να λειτουργήσει δημόσια κολυμβητική δεξαμενή, απαιτείται προηγουμένως να ληφθεί από τον **υπόχρεο** άδεια λειτουργίας σύμφωνα με το άρθ. 27 της σχετ. (β) Υ.Δ. Για τη χορήγηση της άδειας ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει μέσω του Δήμου **αίτηση** προς την υγειονομική υπηρεσία της Ν.Α. με **πλήρη τεχνικά στοιχεία** της δεξαμενής σε τρία αντίγραφα (έκθεση, υπολογισμός, σχεδιαγράμματα κλπ) υπογεγραμμένα από διπλωματούχο μηχανικό.

Η υγειονομική υπηρεσία της Ν.Α. προβαίνει στη **θεώρησή** τους μετά από αξιολόγηση ότι τηρούνται οι σχετικές διατάξεις και εγκύκλιοι, τα **εγκρίνει**³¹ δε οριστικώς **μετά από επιθεώρηση και έλεγχο** (παρ. 2 του άρθ. 27) που διενεργείται στην εγκατάσταση της κολυμβητικής δεξαμενής από **αρμόδια όργανα** ότι έχει κατασκευασθεί σύμφωνα με τα θεωρημένα στοιχεία και εισηγείται αρμοδίως στον οικείο Ο.Τ.Α. για τη χορήγηση της σχετικής άδειας λειτουργίας.

- Κατά την **θεώρηση** πρέπει να ελέγχεται η δυνατότητα εξασφάλισης νερού κατάλληλης ποιότητας και ποσότητας τροφοδοσίας της δεξαμενής με την υποβολή σχετικών βεβαιώσεων (ΟΤΑ, άδειας χρήσης νερού, κ.ά.). Τα δικαιολογητικά αυτά απαιτούνται και κατά το στάδιο ανανέωσης της άδειας. Στην περίπτωση χρήσης νερού από τη θάλασσα για κολυμβητικές δεξαμενές δεν απαιτείται άδεια χρήσης.

- Για την **έγκριση** και την χορήγηση της άδειας λειτουργίας κολυμβητικής δεξαμενής απαιτείται η υποβολή **θεωρημένων** σχεδιαγραμμάτων, έκθεσης και υπολογισμών και λοιπών δικαιολογητικών από τις κατά νόμο αρμόδιες υπηρεσίες (π.χ. Ε.Ο.Τ. όταν πρόκειται για ξενοδοχειακές μονάδες) καθώς και έγκριση μελέτης διάθεσης υγρών αποβλήτων και ΕΠΟ σύμφωνα με τα σχετ. (ε).

Είναι δυνατόν να ακολουθηθεί και η διαδικασία του προελέγχου στο πνεύμα του άρθ. 9 της ΥΔ Α1β/8577/83 με σκοπό την εξυπηρέτηση του ενδιαφερομένου με την παροχή πληροφοριών και οδηγιών για την άρτια εφαρμογή των Υγ. Διατάξεων, χωρίς όμως αυτό να δεσμεύει την υπηρεσία υγιεινής κατά τον τελικό υγειονομικό έλεγχο.

4. το προσωπικό λειτουργίας

Στην άδεια λειτουργίας της κολυμβητικής δεξαμενής, η οποία εκδίδεται σύμφωνα με το άρθ. 27 της σχετ. (β) αναγράφονται αναγκαστικώς και α) το φυσικό ή νομικό πρόσωπο στο όνομα του οποίου εκδίδεται η άδεια και ο **υπεύθυνος** για τη λειτουργία της και β) ο ελάχιστος απαιτούμενος αριθμός **εποπτών ασφαλείας** και παροχής πρώτων βοηθειών, βάσει του άρθ. 21.

Υπενθυμίζεται ότι σύμφωνα με το άρθ. 1 παρ. 7 της ίδιας διάταξης **«υπεύθυνο**

³¹Υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή Αδειών Καταστημάτων και Επιχειρήσεων έχει καταργηθεί και αντικατασταθεί από την Υγειονομική Υπηρεσία, ως αναλυτικότερα ορίζεται από τη σχετ. (δ) εγκύκλιο.

πρόσωπο» ή «**υπεύθυνος**» καλείται το φυσικό πρόσωπο ηλικίας τουλάχιστον 21 ετών, το οποίο μεριμνά για τη λειτουργία της δεξαμενής και είναι ικανό να εξασφαλίσει την εφαρμογή των όρων της διάταξης και τυγχάνει της αποδοχής της Υγ. Υπηρεσίας. Ο **υπεύθυνος λειτουργίας** σύμφωνα με το άρθ. 15 είναι αρμόδιος πέραν των άλλων για την παρουσία του προσωπικού εποπτείας των λουομένων όπως προβλέπεται από το άρθ. 21, βάσει του μεγέθους της δεξαμενής. Το προσωπικό εποπτείας αποτελείται από:

- υπεύθυνο επόπτη ασφάλειας ή/και
 - ειδικευμένο επόπτη, και κατά περίπτωση από
 - ειδικευμένο στην παροχή πρώτων βοηθειών διοικητικό υπάλληλο,
- ενώ σύμφωνα με το άρθ. 20 προβλέπεται και ορισμός **υπεύθυνου καθαρισμού** της κολυμβητικής δεξαμενής.

Το ανωτέρω προσωπικό πλέον των ειδικών απαιτούμενων γνώσεων, για τις οποίες θα είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο, θα έχει δίπλωμα ή σχετικό πιστοποιητικό, θα είναι και πεπειραμένο στις μεθόδους και στην τεχνική της παροχής βοήθειας και διάσωσης κολυμβητών, στη χρήση τεχνητής αναπνοής, καθώς και στην εφαρμογή άλλων μέτρων ανάνηψης. Τα ονόματα του ανωτέρω προσωπικού με τα σχετικά στοιχεία εκπαίδευσης και εμπειρίας θα έχουν γνωστοποιηθεί στην αρμόδια Υγ. Υπηρεσία η οποία μπορεί να ζητήσει την αντικατάστασή τους εντός καθορισμένης προθεσμίας, εφόσον το κρίνει αναγκαίο (παρ. 1 του άρθ. 19).

Από τη σχετ. (β) Υγειον. Διάταξη δεν προσδιορίζεται ο τύπος των διπλωμάτων και πιστοποιητικών (εκδούσα αρχή, σχολές κλπ) του προσωπικού εποπτείας – ασφάλειας και συνεπώς είναι στην ευθύνη της υπηρεσίας υγείας Ν.Α. να κρίνει εάν τα προσόντα του προσωπικού είναι επαρκή ή η διαγωγή του είναι ικανοποιητική. Στη διαδικασία αυτή μπορεί να ζητηθεί και σχετική συνδρομή από άλλα όργανα ή φορείς, λ.χ. μονάδες υγείας (Κέντρα Υγείας, ΕΚΑΒ, νοσοκομεία, σεμινάρια), υπηρεσίες φυσικής αγωγής Ν.Α., Λιμεναρχεία κλπ.

Από τα ανωτέρω εκτιμάται ότι κάθε φυσικό πρόσωπο ανεξαρτήτως επαγγελματικής ιδιότητας μπορεί να απασχοληθεί σε θέσεις εποπτών ασφαλείας, υπό την προϋπόθεση ότι θα έχει κατ' ελάχιστον τις απαραίτητες απαιτήσεις που προβλέπονται από την Υγ. Διάταξη. Τα σχετικά πιστοποιητικά που οδηγούν στη χορήγηση άδειας ναυαγοσώστη είναι δυνατόν να θεωρηθούν γενικά αποδεκτά, χωρίς όμως να αποτελεί αποκλειστική και αναγκαία προϋπόθεση η εκπαίδευση ή η πιστοποίηση γνώσεων των εποπτών ασφαλείας μόνον από τις σχολές αυτές.

Οι Υγειονομικές υπηρεσίες ΝΑ σε συνεργασία με τις τοπικές μονάδες Υγείας (Κέντρα Υγείας, Νοσοκομεία κλπ) να μεριμνήσουν για την επάρκεια των σχετικών πιστοποιητικών και την εφαρμογή άρτιου ελέγχου τους.

5. τη διάθεση υγρών αποβλήτων

Σύμφωνα με το άρθ. 26 της σχετ. (β) σε κάθε κολυμβητική δεξαμενή θα πρέπει να ικανοποιούνται όλοι οι όροι των ισχυουσών Υγειονομικών Διατάξεων.

Συνεπώς και τα υγρά απόβλητα των κολυμβητικών δεξαμενών μετά την χρήση τους διατίθενται στο περιβάλλον τυγχάνοντας της εφαρμογής των ισχυουσών Υγειονομικών κλπ Διατάξεων ως σχετ. (ε), περί διαθέσεως υγρών αποβλήτων με την επισήμανση ότι:

- η άδεια διάθεσης μπορεί να έχει ληφθεί συνολικά για όλα τα υγρά απόβλητα της δραστηριότητας (λ.χ. τουριστική μονάδα) και όχι μεμονωμένα για κάθε χρήση, γεγονός που απαιτείται όταν πρόκειται αμιγώς για κολυμβητήρια.

- τα «νερά» **κολύμβησης** των κολυμβητικών δεξαμενών, δεδομένου ότι χαρακτηρίζονται από μικρό οργανικό φορτίο σε σχέση με εκείνο των αστικών λυμάτων (μικρότερο των 30 mg BOD₅/λίτρο), δεν απαιτείται να υποβληθούν στην προβλεπόμενη από την Ε1β/221/65 ΥΔ ελάχιστη επεξεργασία ισοδύναμη απλής καθίζησης δύο (2) ωρών, υπό την προϋπόθεση όμως ότι τηρούνται πιστά οι όροι και οι προϋποθέσεις λειτουργίας της κολυμβητικής δεξαμενής (ανανέωση νερού, καθαρισμός νερού υπό ανακυκλοφορία, κλπ) και ότι η διάθεση γίνεται σύμφωνα με τους όρους που τίθενται από την απόφαση καθορισμού υδάτινου αποδέκτη (θάλασσα, υδάτινο ρεύμα, κλπ.) και τις απαιτήσεις προστασίας υπόγειων και επιφανειακών νερών και αποφυγής υγειονομικών προβλημάτων στα πλαίσια εφαρμογής της ως άνω Υγ. Διάταξης.

Διευκρινίζεται ότι:

α) τα λύματα των βοηθητικών εγκαταστάσεων των κολυμβητικών δεξαμενών καθώς και οι μικρές ποσότητες των υγρών αποβλήτων, που προκύπτουν από το σύστημα διύλισης (καθαρισμός φίλτρων) θα πρέπει να διατίθενται σύμφωνα με την (ε) σχετική Υγ. Διάταξη.

β) σύνδεση αποβλήτων οιασδήποτε προέλευσης στο δίκτυο ομβρίων δεν επιτρέπεται.

Τέλος υπενθυμίζεται ότι η Υπηρεσία μας είναι πρόθυμη για την παροχή τεχνικής συνδρομής, εφόσον όμως έχει προηγηθεί η εξέταση των θεμάτων στα πλαίσια λειτουργίας της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και της Περιφέρειας, σε συνεργασία με συναρμόδιες υπηρεσίες και φορείς και της αποστέλλονται σαφή ερωτήματα, συνοδευόμενα με πλήρη στοιχεία και με την άποψη της υπηρεσίας σας, προκειμένου να αναβαθμίζεται η εξυπηρέτηση των πολιτών και να επιτυγχάνεται η διαδικασία επίλυσης των υγειονομικών προβλημάτων προς διασφάλιση της Δημόσιας Υγείας και του περιβάλλοντος γενικότερα.

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ:

1. ΥΠΕΧΩ
ΔΕ
Δ/ση Περ/κού Σχεδιασμού
Πατησίων 147
11251 Αθήνα
Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
2. ΥΠΕΣΔΔΑ
Δ/ση Τεχν. Υπηρεσιών
Σταδίου 27, 10183 Αθήνα
ΑΘ. ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ
3. ΥΠ. ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
Γεν. Γραμματεία Βιομηχανίας
Μεσογείων 119, 10192 Αθήνα
4. ΥΕΝ
Κλάδος Λιμενικής Αστυνομίας
Δ/ση Προστασίας Θαλ. Περ/ντος
Υψηλάντου 109 & Τσαμαδού, 18535 Πειραιάς
5. ΕΟΤ
Σταδίου 4, 10563 Αθήνα
6. Γεν. Γραμματεία Αθλητισμού
Κηφισίας 7, 11523 Αθήνα
7. ΚΕΔΚΕ

- Ακαδημίας και Γενναδίου 8
11524 Αθήνα
8. Όλες τις Περιφέρειες
Δ/νσεις Υγείας
 9. Όλες τις ΔΥΠΕ
 10. ΕΚΑΒ
Τέρμα οδού Υγείας
15669 Χολαργός
 11. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

ΕΣΩΤ. ΔΙΑΝΟΜΗ

1. Γρ. κ. Υφυπουργού
2. Γρ. κ. Γεν. Γραμματέα
3. Γρ. κ. Γεν. Γραμματέα Δημ. Υγείας
4. Γραφ. κ. Πρ/μένης Γεν. Δ/σης Δημ. Υγείας
5. Δ/ση Υ2 (10)

ΔΕΛΤΙΑ ΑΦΙΞΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Το θέμα της κατάργησης των δελτίων άφιξης και αναχώρησης πελατών αποτελούσε εδώ και χρόνια πάγιο αίτημα του κλάδου απέναντι στην πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης. Παρόλο που και οι αρχές του Υπουργείου συμφωνούσαν στην κατάργησή τους, εντούτοις καθυστερούσε η προώθηση μιας σχετικής ρύθμισης μέχρι που η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα εξέδωσε απόφαση για τα δελτία μετά από προσφυγή ξενοδόχου.

Η απόφαση της Αρχής επισημαίνει τον υπερβολικό χαρακτήρα του μέτρου και προτείνει την τροποποίησή του.

Το Αρχηγείο της Ελληνικής Αστυνομίας με έγγραφο του προς τους ξενοδοχειακούς φορείς μετά από συνάντηση του Προέδρου του Ξ.Ε.Ε. με τον Γενικό Γραμματέα του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης, διαβεβαίωσε ότι προχωρεί σε όλες τις σχετικές ενέργειες για την κατάργηση των δελτίων.

Κατόπιν τούτου, το Διοικητικό Συμβούλιο του Ξ.Ε.Ε. αποφάσισε να ματαιώσει τον σχετικό μειοδοτικό διαγωνισμό για την εκτύπωση των δελτίων **και να μην διαθέτει πλέον προς τους ξενοδόχους τα εν λόγω δελτία.**

Εντέλει δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης η υπ' αριθμ. 8Α/2003 Αστυνομική Διάταξη με την οποία ορίζονται τα εξής:

Απόφαση Υπουργού Δημόσιας Τάξης

(ΦΕΚ 1674/2003)

Αριθ. 1500/3/1-κθ'

Έγκριση της ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ υπ' αριθμ. 8Α: Τροποποίηση της ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ υπ' αριθμ. 8 Αρχηγού Ελληνικής Αστυνομίας "Υποχρεώσεις διευθυντών, υπαλλήλων και πελατών τουριστικών καταλυμάτων" (Β'-1957/1.11.1999)

Άρθρο μόνο.

"1. Η παράγραφος 1 του άρθρου 2 της 8/20.10.1999 Αστυνομικής Διάταξης "Υποχρεώσεις διευθυντών, υπαλλήλων και πελατών τουριστικών καταλυμάτων" (Β'-1957) αντικαθίσταται ως εξής:

"1. Οι κατά το άρθρο 1 της παρούσας υπεύθυνοι υποχρεούνται να συντάσσουν, για κάθε πελάτη υπήκοο κράτους – μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δελτίο άφιξης και αναχώρησης και να συμμορφώνονται προς τις, παρεχόμενες για το σκοπό αυτό, οδηγίες από τις αρμόδιες αστυνομικές αρχές".

2. Το δεύτερο εδάφιο της παραγράφου 3 του άρθρου 2 της ίδιας ως άνω Αστυνομικής Διάταξης, αντικαθίσταται με εδάφια ως εξής:

"Το δελτίο αυτό παραμένει στην επιχείρηση για τρεις (3) μήνες και ελέγχεται από τις αστυνομικές αρχές. Αντίγραφο του εν λόγω δελτίου δύναται οποτεδήποτε να ζητείται από το κατά τόπου αρμόδιο Τμήμα Ασφαλείας και εν ελλείψει αυτού, από το Αστυνομικό Τμήμα ή τον Αστυνομικό Σταθμό".

3. Το δεύτερο εδάφιο της παραγράφου 6 του άρθρου 2 της ίδιας ως άνω Αστυνομικής Διάταξης αντικαθίσταται με εδάφια ως εξής:

“Η κατάσταση αυτή, παραμένει στην επιχείρηση για τρεις (3) μήνες και ελέγχεται από τις αστυνομικές αρχές. Αντίγραφο της εν λόγω κατάστασης δύναται οποτεδήποτε να ζητείται από το κατά τόπον αρμόδιο Τμήμα Ασφάλειας και εν ελλείψει αυτού, από το Αστυνομικό Τμήμα ή τον Αστυνομικό Σταθμό».

4. Το δεύτερο εδάφιο της παραγράφου 7 και η παράγραφο 8 του άρθρου 2 της ίδιας ως άνω Αστυνομικής Διάταξης καταργούνται.”

Σύμφωνα με το γράμμα της διάταξης παραμένει υποχρεωτική η σύνταξη των δελτίων για κάθε υπήκοο κράτους – μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η διατήρησή τους στην επιχείρηση για 3 μήνες, όχι όμως η αποστολή τους στα αστυνομικά τμήματα.

Το Επιμελητήριο, σε συνεννόηση με την ηγεσία του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης και ακολουθώντας το πνεύμα και όχι το γράμμα της αστυνομικής διάταξης, θεωρεί ότι η τήρηση των στοιχείων που προβλέπονται στα δελτία άφιξης και αναχώρησης πελατών περιλαμβάνονται στο βιβλίο πόρτας, το οποίο είναι επίσημο και ελέγξιμο οποιαδήποτε στιγμή από τις αστυνομικές αρχές. Οπότε καλύπτεται πλήρως η υποχρέωση που επιβάλλεται με την εν λόγω διάταξη. Θα συνεχίσει δε με επίταση τις ενέργειες για την τυπική κατάργηση όλων των δελτίων και συστήνει στους ξενοδόχους να τηρούν τα προβλεπόμενα στοιχεία δελτίων αφιξοαναχώρησης στο βιβλίο πόρτας δηλαδή:

Στοιχεία βιβλίου κίνησης πελατών (πόρτας)

- Ονοματεπώνυμο πελάτη
- Αριθμός δωματίου
- Ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης
- Πιθανή ημερομηνία αναχώρησης

Επιπλέον στοιχεία δελτίου άφιξης και αναχώρησης

- Όνομα πατρός
- Ημερομηνία και έτος γέννησης
- Τόπος γέννησης
- Υπηκοότητα
- Χώρα προέλευσης – προορισμού
- Αριθμός και έτος έκδοσης διαβατηρίου

ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΘΕΜΑ: Οδηγίες - διευκρινίσεις εφαρμογής του άρθρου 16 του Ν. 3190/03 (ΦΕΚ 249/Α/30-10-03) για την κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες αστέρων.

Σε εφαρμογή του άρθρου 16 του Ν. 3190/2003 και σε αντικατάσταση της υπ' αρ. Τ/3899/5-3-04 ότι αφορά στην κατάταξη - ανακατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με το σύστημα αστέρων και τις τεχνικές προδιαγραφές αυτών, θα πρέπει να ακολουθηθούν από τις Δ/νσεις Τουρισμού των Περιφερειών και τον Ε.Ο.Τ. προκειμένου για τα ξενοδοχεία Αττικής, οι παρακάτω διαδικασίες με στόχο την ενιαία εφαρμογή του:

1. Κατά την πρώτη εφαρμογή του ΠΔ 43/2002 και **μέχρι τις 30/4/2004**, η πρόταση για κατάταξη σε κατηγορία αστέρων των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων που λειτουργούν με Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, γίνεται από τον επιχειρηματία ή τον νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρείας σύμφωνα με το ΕΣΛ και θεωρείται το γνήσιο της υπογραφής του από αρμόδια αρχή. Ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει στη Δ/νση Τουρισμού της οικείας Περιφέρειας ή στον Ε.Ο.Τ. προκειμένου για την Αττική, υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 3 παρ. 2 του Ν. 2160/93 (ΦΕΚ 118Α) στην οποία δηλώνει τα αναφερόμενα στο συνημμένο υπόδειγμα.

Ο μηχανικός θα βεβαιώνει στην ίδια υπεύθυνη δήλωση την ακρίβεια όσων από τα δηλωθέντα ανάγονται στην ιδιότητά του σύμφωνα με το συνημμένο υπόδειγμα, θέτοντας σφραγίδα και υπογραφή. Σε περίπτωση αλλαγής επιχειρηματία υποβάλλεται νέα υπεύθυνη δήλωση και τα απαραίτητα δικαιολογητικά.

2. Οι Δ/νσεις Τουρισμού των Περιφερειών ή ο Ε.Ο.Τ. προκειμένου για την Περιφέρεια Αττικής, κατατάσσουν τα ξενοδοχειακά καταλύματα σε κατηγορίες αστέρων, σύμφωνα με την παραπάνω υπεύθυνη δήλωση και χορηγούν τα νέα Ειδικά Σήματα Λειτουργίας του άρθρου 3 του Ν. 2160/93 σε αντικατάσταση των παλαιών.

Οι Δ/νσεις Τουρισμού και ο Ε.Ο.Τ. για την Αττική, ελέγχουν οποτεδήποτε την ακρίβεια των δηλωθέντων με την υπεύθυνη δήλωση. Επίσης οι Υπηρεσίες αυτές διενεργούν δειγματοληπτικούς ελέγχους ή και ελέγχους που να καλύπτουν το σύνολο ή μεγάλο ποσοστό των κατατασσόμενων κατά τα ανωτέρω κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Σε περίπτωση που δηλωθούν ψευδή στοιχεία με αποτέλεσμα την κατάταξη του ξενοδοχειακού καταλύματος σε ανώτερη κατηγορία αστέρων από αυτή που κατά νόμο δικαιούται, πλην των ποινικών κυρώσεων, επιβάλλεται ως διοικητική ποινή η ανάκληση του σήματος λειτουργίας και πρόστιμο από 500 έως 1000 ευρώ ανά δωμάτιο. Στην περίπτωση αυτή το ειδικό σήμα λειτουργίας θα ανακαλείται και θα εκδίδεται νέο με την κατηγορία αστέρων όπως αυτή προκύπτει από τον έλεγχο.

3. Δικαιολογητικά:

Ι. Όσοι επιχειρηματίες έχουν ειδικά σήματα λειτουργίας σε ισχύ ή υπέβαλαν δικαιολογητικά για την ανανέωση τους, δεν τα επανυποβάλλουν.

Για τα ειδικά σήματα λειτουργίας που έχουν λήξει εκδίδεται νέο σήμα υπό την προϋπόθεση ότι τα απαραίτητα δικαιολογητικά θα κατατεθούν μέχρι 31/12/2004 με εξαίρεση το πιστοποιητικό πυρασφάλειας το οποίο πρέπει πάντοτε να βρίσκεται σε ισχύ.

II. Αν κατά τους ελέγχους της παραγράφου 2 της παρούσας διαπιστωθεί ότι λείπουν ή έχουν λήξει δικαιολογητικά απαραίτητα για τη χορήγηση του ΕΣΛ, καλείται ο επιχειρηματίας εγγράφως να τα υποβάλει μέχρι 31/12/2004.

III. Είναι δυνατόν να υποβάλλονται επικυρωμένα αντίγραφα των δικαιολογητικών (παρ. 3 άρθρου 11 Ν. 2690/99). Επικυρώσεις αντιγράφων θα γίνονται και από τις Υπηρεσίες μας.

4. Όσες εγκρίσεις αρχιτεκτονικών μελετών εκδόθηκαν σύμφωνα με τις τεχνικές προδιαγραφές τουριστικών εγκαταστάσεων (υπ' αρ. 530992/28-9-87 - ΦΕΚ 557/Β/87 Απόφαση Γεν. Γραμμ. ΕΟΤ), και οι επιχειρηματίες αιτούνται για πρώτη φορά χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας, αυτό θα εκδίδεται με κατηγορία αστέρων σύμφωνα με την παρούσα μετά την 30/4/04.

5. Σύμφωνα με το άρθρο 8 του Π.Δ. 43/02 «τα τουριστικά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων του Π.Δ. 33/79 (ΦΕΚ Α/10), εξαιρούνται από την ανακατάταξη με το σύστημα των αστέρων».

6. Όλα τα επιμέρους τμήματα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων είτε μοριοδοτούνται είτε όχι θα πρέπει να προβλέπονται στα εγκεκριμένα από την Υπηρεσία αρχιτεκτονικά σχέδια.

7. Εάν ζητηθεί η προαγωγή ξενοδοχειακού καταλύματος επειδή πληροί τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές της αμέσως ανώτερης κατηγορίας, θα πρέπει ο επιχειρηματίας να ζητήσει την εκ νέου έγκριση της αρχιτεκτονικής μελέτης από την αρμόδια Υπηρεσία Τουρισμού. Σε περίπτωση που τα υπάρχοντα εγκεκριμένα αρχιτεκτονικά σχέδια πληρούν τις προδιαγραφές της αιτούμενης κατηγορίας, θα γίνεται μόνο έκδοση νέου πινακίου και έγκριση νέας κατηγορίας αστέρων.

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τ.Σ.Υ.
ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΛΙΑΣΚΟΣ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Δ/νσεις Τουρισμού Περιφερειών

ΕΟΤ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ

Γραφείο κ. Υπουργού

Γραφείο κ. Υφυπουργού

Γραφεία Υποστήριξης Τουρισμού

ΞΕΕ

ΠΟΞ

ΣΕΤΕ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ

Δ/νση Περιφερειακής Πολιτικής



**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ
(Ν. 2160/93)**

Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986)

ΠΡΟΣ:

Ο υπογραφόμενος (επώνυμο).....
 (όνομα).....του (πατρώνυμο).....
 κάτοχος του δελτίου αστυνομικής ταυτότητας
 που εκδόθηκε την.....από το.....
 κάτοικος.....
 ενεργώντας για λογαριασμό μου, ως επιχειρηματία τουριστικής επιχείρησης, ή ενεργώντας ως νόμιμος εκπρόσωπος (διαχειριστής ή διευθύνων σύμβουλος) της εταιρείας με την επωνυμία.....

 που εδρεύει..... . Δηλώνω υπεύθυνα, έχοντας γνώση των συνεπειών του άρθρου 8 του Ν. 1599/86 για ψευδή δήλωση, ότι εκμεταλλεύομαι ως επιχειρηματίας, ή η εταιρεία την οποία εκπροσωπώ εκμεταλλεύεται μία τουριστική επιχείρηση (προσδιορισμός)
 ΜΕ ΤΙΤΛΟ..... η οποία έχει Αριθμό Φορολογικού Μητρώου Αρμόδια για την φορολογία είναι η Δ.Ο.Υ.
 Το κατάλυμα που εκμεταλλεύομαι είναι ιδιοκτησίας του
 που έχει έδρα ή κατοικεί
 Σύμφωνα με το άρθρο 7 παρ. 5 του Π.Δ. 43/2002 γίνεται αυτοδίκαια αποδεκτό ότι το ξενοδοχείο διαθέτει τις τεχνικές προδιαγραφές της κατηγορίας αστέρων που αντιστοιχεί στην τάξη όπως αναφέρεται στο ειδικό σήμα λειτουργίας του και δεσμεύομαι ότι μέχρι 31/12/2005, το ξενοδοχείο μου θα ικανοποιεί τις λειτουργικές απαιτήσεις που προβλέπονται στο εν λόγω Π.Δ. όπως θα ισχύει.
 Κατά συνέπεια προτείνω να καταταγώ στην κατηγορία των αστέρων.
 Οποιαδήποτε μεταβολή των στοιχείων αυτών, θα πραγματοποιείται μόνο μετά από προηγούμενη δήλωση στην αρμόδια Υπηρεσία από τα οριζόμενα κάθε φορά στον Νόμο.
 Δηλώνω επίσης ότι δεν έχω επιφέρει μεταβολές στον φέροντα οργανισμό του κτιρίου, όπως έχει εγκριθεί στις σχετικές οικοδομικές άδειες.

Ημερομηνία 20.....

Ο - Η Δηλ.
(Υπογραφή)



**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ
(Ν. 2160/93)**

Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986)

ΠΡΟΣ:

Ο υπογραφόμενος(επώνυμο).....
 (όνομα) του(πατρώνυμο)
 κάτοχος του δελτίου αστυνομικής ταυτότητας που
 εκδόθηκε την από το
 κάτοικος
 βεβαιώνω υπεύθυνα την ακρίβεια των δηλωθέντων από τον
 (ονοματεπώνυμο)

εκμεταλλευτή του ξενοδοχείου ή νόμιμο εκπρόσωπο της
 εταιρείας που εκμεταλλεύεται το ξενοδοχείο
 που βρίσκεται στ,

**όσον αφορά τις τεχνικές προδιαγραφές που αφορούν την δηλωθείσα κατηγορία αστέρων
 του εν λόγω ξενοδοχείου.**

Ημερομηνία 2004

Ο - Η Δηλών

Υπογραφή
(σφραγίδα)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γαλάνης Π. (1996), *Βασικό μάρκετινγκ, έρευνα αγοράς & ανάπτυξη*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα.
- Ευθυμιάτου – Πουλάκου Α. (1997), *«Τουριστικό Δίκαιο»*, Αθήνα – Κομοτηνή.
- Ευθυμιάτου – Πουλάκου Α. (1996), *«Εμπορικό Δίκαιο»*, Αθήνα – Κομοτηνή.
- Ηγουμενάκης Ν. (1997), *Τουριστική Οικονομία*, Αθήνα.
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. (1998), *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα.
- Ηγουμενάκης Ν., (1999), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Αθήνα.
- Καραγιάννης Σ. – Έξαρχος Γ. (2006), *«Τουρισμός – Τουριστική Οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική»*, Ηρακλείο.
- Καραγιάννης Σ. (1992), *Αρχές Μάρκετινγκ*, εκδ. Αναστασάκης, Αθήνα.
- Καραγιάννης Σ. (1994), *Τουριστική Διαφήμιση*, εκδ. Έλλην, Αθήνα.
- Λαλούμης Δ., Ρύπας Β. (1996), *Διοίκηση προσωπικού τουριστικών επιχειρήσεων*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.
- Μηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο – Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, τεύχη ετών: 2003 – 2005.
- Παυλίδης Π. (1999), *Ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ*, εκδ. Ιδίου, Αθήνα.
- Περιοδικό *«Τουρισμός και Οικονομία»*, τεύχη ετών: 2003 – 2006.
- Περιοδικό *«Χρήμα και Τουρισμός»*, τεύχη ετών: 2003 – 2006.
- Σωτηριάδης Μ. (2005), *«Οικονομικό Management Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων»*, εκδ. Προπομπός, Αθήνα.
- Τζωρακολευθεράκης Ζ. (1999), *«Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων»*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- www.google.gr
- www.wttc.gr
- www.alfaekthesiaki.gr
- www.teiher.gr
- www.pathfinder.gr
- www.in.gr
- www.gnto.gr
- www.money-tourism.gr
- www.gnto.gr
- www.restaurant.com.gr