

Διακρίσεις των τουριστικών γραφείων

Τα τουριστικά γραφεία μπορούν να διακριθούν:

A. Σύμφωνα με τη δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων:

1. Τουριστικά γραφεία IATA
2. Τουριστικά γραφεία non-IATA

B. Σύμφωνα με την επαγγελματική δραστηριότητα των γραφείων:

1. Τουριστικά γραφεία εισερχόμενου τουρισμού (incoming)
2. Τουριστικά γραφεία εξερχόμενου τουρισμού (outgoing)
3. Τουριστικά γραφεία εσωτερικού (εγχώριου) τουρισμού (domestic)

Γ. Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet)



Διακρίσεις των τουριστικών γραφείων

Δ. Σύμφωνα με την εξειδίκευση των γραφείων

1. Τουριστικά γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και επιχειρηματικών ταξιδιών (congress and corporate travel)
2. Τουριστικά γραφεία εναλλακτικού τουρισμού (alternative tourism travel agencies)

Ε. Ειδικές μορφές τουριστικών γραφείων

1. Τουριστικά γραφεία αντιπροσώπευσης (GSA)
2. Τουριστικά γραφεία δικαιόχρησης (franchising)



Τουριστικά γραφεία IATA και non-IATA

Είναι μια διάκριση των γραφείων η οποία αφορά τη δυνατότητα ή όχι να εκδίδουν αεροπορικά εισιτήρια.

- Τα **IATA Travel Agencies**, πληρούν συγκεκριμένες προϋποθέσεις και κριτήρια και τους έχει χορηγηθεί το ειδικό σήμα λειτουργίας της IATA βάσει συγκεκριμένης διαδικασίας. Το γραφείο που έχει συμπεριληφθεί στα μέλη της IATA μπορεί όχι μόνο να εκδίδει αεροπορικά εισιτήρια των εταιριών-μελών της IATA αλλά και να προσφέρει μια ολοκληρωμένη σειρά αεροπορικών υπηρεσιών σε ολόκληρο τον κόσμο.
- Τα **non-IATA Travel Agencies** θα πρέπει να ζητήσουν τα αεροπορικά εισιτήριά τους να τα εκδώσει άλλο γραφείο που είναι μέλος της IATA.

Τουριστικά Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού και Εξερχόμενου Τουρισμού

Τα γραφεία *εισερχόμενου τουρισμού* (*Incoming Travel Agencies*) ειδικεύονται στη διακίνηση τουριστών από την χώρα που μόνιμως αυτοί διαμένουν, στη χώρα που τα γραφεία αυτά εδρεύουν.

Τα γραφεία *εξερχόμενου τουρισμού* (*Outgoing Travel Agencies*) ειδικεύονται στην διακίνηση ημεδαπών τουριστών προς το εξωτερικό. Τα γραφεία αυτά εδρεύουν στη χώρα μόνιμου κατοικίας των ταξιδιωτών.



Τουριστικά Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού

- Τα γραφεία **Εσωτερικού (Εγχώριου) Τουρισμού** (Domestic Travel Agencies) ειδικεύονται στην διακίνηση ημεδαπών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας τους.
- Για παράδειγμα, για να επισκεφθεί τα Ελληνικά νησιά ένα ζευγάρι Ελλήνων, θα χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες ενός *Ελληνικού* τουριστικού γραφείου.



Τουριστικά Γραφεία Οργανώσεως Συνεδρίων και Επιχειρηματικών Ταξιδιών

Τα γραφεία [Congress and Corporate Travel](#) εξειδικεύονται στην οργάνωση συνεδρίων, επαγγελματικών ταξιδιών, και ταξιδιών κινήτρων (incentives).

Τα μεγάλα τουριστικά γραφεία έχουν αναπτύξει ειδικά τμήματα επαγγελματικού τουρισμού για την κάλυψη των αναγκών των επιχειρηματιών πελατών τους.

Για να ανταποκριθούν στις ανάγκες λειτουργίας τους τα γραφεία αυτά χρειάζονται εξειδικευμένο, κατάλληλα εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό.

Τουριστικά Γραφεία Εναλλακτικού Τουρισμού

(Alternative Tourism Travel Agencies)

- Τα τελευταία χρόνια αναπτύχθηκαν νέες μορφές τουρισμού, που διαφοροποιούνται από το παραδοσιακό πρότυπο και είναι γνωστές ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Στις μορφές αυτές περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων ο τουρισμός περιπέτειας, ο περιπατητικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός κ.ά.



General Sales Agent, GSA

Γραφεία αντιπροσώπευσης (General Sales Agent, GSA)

Συχνά ένας προμηθευτής τουριστικών προϊόντων για την πώληση και προώθηση των προϊόντων του χρειάζεται έναν *αντιπρόσωπο* σε μία χώρα ή και σε μια άλλη πόλη.

Για τον σκοπό αυτό ο προμηθευτής επιλέγει (ανάλογα με τις ανάγκες του) τον κατάλληλο αντιπρόσωπο, που μπορεί να είναι ένας μεγάλος ταξιδιωτικός οργανισμός ή ένας μικρός ταξιδιωτικός πράκτορας.



Franchised travel agencies

Τουριστικά γραφεία δικαιόχρησης

Franchising (σύμβαση δικαιόχρησης) είναι συμφωνία μεταξύ δύο εταιριών σύμφωνα με την οποία η *κύρια* εταιρία (δικαιοπάροχος εταιρεία ή franchisor) επιτρέπει στην άλλη (δικαιοδόχος εταιρεία ή franchisee) το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το όνομά της, το λογότυπό της, τα προϊόντα και τις μεθόδους εργασίας της με οικονομικό αντάλλαγμα.

Στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων ο δικαιοπάροχος είναι συνήθως ένα τουριστικό γραφείο ή οργανισμός με καταξιωμένο όνομα και κύρος στην αγορά και ο δικαιοδόχος ένα μικρό ή καινούργιο τουριστικό γραφείο.

Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία

Ως **Διαδικτυακό Τουριστικό Γραφείο**, (Internet ή Online Travel Agency, OTA), ορίζεται μία ιστοσελίδα στον παγκόσμιο ιστό (World Wide Web) η οποία, τουλάχιστον στην Ελλάδα, μεσολαβεί για λογαριασμό του πελάτη-χρήστη ως προς την διασφάλιση ή και ενοικίαση καταλύματος, σιτίσεως, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.

- Υπάρχουν δύο είδη διαδικτυακών τουριστικών γραφείων: αυτά που ανήκουν σε ήδη υπάρχοντα τουριστικά γραφεία και άλλα που λειτουργούν αποκλειστικά και μόνο μέσω διαδικτύου.



Πλεονεκτήματα

Η ανάπτυξη διαδικτυακών τουριστικών γραφείων αποτελεί ταυτόχρονα μια σημαντική ευκαιρία αλλά και έναν μεγάλο κίνδυνο για τα παραδοσιακά τουριστικά γραφεία.

Αποτελεί σημαντική **ευκαιρία** για

- Νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες
- Ανάπτυξη νέων ή/και εξειδικευμένων προϊόντων
- Πειστική προβολή των προϊόντων
- 24ωρη πρόσβαση - πληροφόρηση του πελάτη
- Interactive επαφή με τον πελάτη
- Πώληση και άλλων (συναφών) προϊόντων
- Το χαμηλό κόστος ίδρυσης και λειτουργίας του διαδικτυακού τουριστικού γραφείου και η ελκυστική παρουσίαση των προϊόντων του.

Μειονεκτήματα

- Σημαντικά **μειονεκτήματα** αποτελούν η προσέγγιση του πελάτη η μη άμεση επαφή και ο αποκλεισμός ομάδων του πληθυσμού (π.χ. ηλικιωμένοι ή μη εξοικειωμένοι με την χρήση του διαδικτύου πελάτες)
- Ένα ακόμη πρόβλημα είναι η διαθεσιμότητα των ζητούμενων υπηρεσιών (αεροπορικών θέσεων, κλινών, κλπ) και οι τιμές, αφού δεν είναι διαθέσιμα στον περιστασιακό χρήστη της ιστοσελίδας.
- Τέλος, σημαντική ανησυχία προκαλείται για το επίπεδο ασφάλειας των συναλλαγών, αφού πάντοτε απαιτείται η αποκάλυψη του αριθμού της πιστωτικής κάρτας του αγοραστή.