

Περιεχόμενα

Πρόλογος	17
-----------------------	----

Κεφάλαιο 1

Το φαινόμενο του τουρισμού

<i>Εισαγωγή</i>	19
1.1. Ιστορική ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου	21
1.2. Τύποι τουρισμού	24
1.3. Σπουδαιότητα του τουρισμού	28
1.4. Τάσεις του διεθνούς τουρισμού	29
1.5. Παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού	30
1.5.1. Το δικαίωμα των διακοπών	30
1.5.2. Η ζωή στις σύγχρονες πόλεις (τεχνολογική ανάπτυξη και αστυφιλία)	31
1.5.3. Πρόοδος στα μεταφορικά μέσα	31
1.5.4. Η ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας	31
1.5.5. Οικονομική ευημερία	32
1.5.6. Πολιτιστικοί παράγοντες	32
1.5.7. Ασφαλείς συνθήκες στους τουριστικούς προορισμούς	33
1.5.8. Αυξημένο κυβερνητικό ενδιαφέρον	33
1.5.9. Καθημερινά κατά κεφαλήν έξοδα των τουριστών	34

Κεφάλαιο 2

Κοινωνιολογική και οικονομική θεώρηση του τουριστικού φαινομένου

<i>Εισαγωγή</i>	36
2.1. Ψυχολογικό και κοινωνιολογικό πλαίσιο	37
2.2. Τα κίνητρα ταξιδιού στη χώρα παραγωγής τουρισμού	37
2.3. Ανανέωση των τουριστικών κινήτρων	39
2.4. Ο ρόλος του τουρισμού στην εθνική οικονομία	40
2.5. Το πλαίσιο της αγοράς	40
2.6. Η τουριστική προσφορά	41
2.6.1. Συστατικά της τουριστικής προσφοράς	41
2.6.2. Τουριστική προσφορά κι ανταγωνισμός	43

2.7. Τουριστική ζήτηση	45
2.7.1. Η ποικιλία της τουριστικής ζήτησης	47
2.7.2. Χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης	49

Κεφάλαιο 3

Ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)

<i>Εισαγωγή</i>	53
3.1. Διοικητικές αρχές του ΕΟΤ	54
3.1.1. Παραγωγικός τομέας	55
3.1.2. Τομέας marketing	55
3.1.3. Οικονομικός τομέας	55
3.1.4. Τομέας συντονισμού	56
3.1.5. Διοίκηση	56

Κεφάλαιο 4

Επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

<i>Εισαγωγή</i>	57
Φιλοπεριβαλλοντικός τουρισμός	58
Ηπιότερες μορφές τουρισμού	60
Το μέλλον του τουρισμού	61

Κεφάλαιο 5

Θεωρητική προσέγγιση της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων

<i>Εισαγωγή</i>	63
5.1. Οι σχολές θεμελίωσης της επιστήμης της διοίκησης	64
5.1.1. Η κλασική σχολή	65
5.1.2. Η νεοκλασική σχολή	71
5.1.3. Σχολή των συστημάτων	73
5.1.4. Η ποσοτική σχολή	74
5.1.5. Η σχολή της θεωρίας των αποφάσεων	74
5.1.6. Η σχολή του περιβάλλοντος των τουριστικών επιχειρήσεων	76
5.1.7. Ενδεχομενική θεωρία της διοίκησης	79
5.1.8. Διοίκηση Αντικειμενικών Σκοπών Δ.Α.Σ.	79
5.1.9. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας Δ.Ο.Π.	82

Κεφάλαιο 6

Οι τουριστικές επιχειρήσεις

<i>Εισαγωγή</i>	88
6.1. Τυπολογία τουριστικών επιχειρήσεων	88
6.2. Η νομική μορφή των τουριστικών επιχειρήσεων	90
6.3. Ίδρυση τουριστικών επιχειρήσεων	91
6.3.1. Εκλογή τόπου εγκατάστασης	91
6.3.2. Ο ρόλος των τουριστικών πόρων	92

6.3.3. Παράγοντες οικονομικής, νομικής και κοινωνικής φύσης	92
6.3.4. Υποκειμενικοί παράγοντες	92
6.4. Επιλογή μορφής και μεγέθους	93
6.5. Βραχυπρόθεσμη μίσθωση ακινήτων	93

Κεφάλαιο 7

Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων στις τουριστικές επιχειρήσεις

<i>Εισαγωγή</i>	95
7.1. Ιδιαιτερότητες στη διοίκηση προσωπικού τουριστικών επιχειρήσεων	95
7.2. Ειδικά χαρακτηριστικά της εργασίας στον τουριστικό κλάδο	96
7.2.1. Εξάρτηση της παραγωγής	96
7.2.2. Υποκειμενικότητα των προτύπων	96
7.2.3. Κινητικότητα	97
7.2.4. Συνεχείς διακυμάνσεις στη βραχυπρόθεσμη ζήτηση	97
7.3. Αγορές εργασίας	98
7.3.1. Εσωτερική αγορά εργασίας	100
7.3.2. Οι διάφορες αγορές εργασίας στο τουριστικό κλάδο	101
7.3.3. Ικανότητες των εργαζομένων	102
7.3.4. Βραχυπρόθεσμες διακυμάνσεις στη ζήτηση εργασίας	103
7.3.5. Τμηματοποίηση αγοράς	103
7.3.6. Το εργατικό κόστος της υπερυψίας	104
7.3.7. Ανανέωση εργατικού δυναμικού	105
7.4. Οι διευθυντές	106
7.4.1. Σχέσεις διευθυντών κι εργαζομένων	106
7.4.2. Ανεπίσημες σχέσεις διευθυντή κι εργαζομένων	107
7.4.3. Η επικοινωνία διευθυντή κι εργαζομένων	109

Κεφάλαιο 8

Οικονομική οργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων

<i>Εισαγωγή</i>	112
8.1. Το προφίλ του επιχειρηματία και οι περιορισμοί της τουριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας	113
8.2. Η λογιστική λειτουργία	115
8.2.1. Η εφαρμογή της λογιστικής λειτουργίας	118
8.2.2. Σχέση ενεργητικού - παθητικού	121
8.3. Στατιστική	122
8.4. Τμήμα κοστολόγησης	126
8.5. Τμήμα μισθοδοσίας	127
8.6. Διαχείριση με έντυπα	127
8.7. Μηχανοργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων	128
8.8. Το marketing στις τουριστικές επιχειρήσεις	130
8.9. Οριζόντια και κάθετη ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων	132
8.10. Ο ρόλος του marketing στις τουριστικές επιχειρήσεις	133

8.11. Το μείγμα του marketing (marketing - mix)	136
8.12. Η έρευνα της αγοράς στον τουρισμό	136
8.13. Γενική ανάλυση της κατάστασης της τουριστικής αγοράς	137
8.14. Τεχνικές έρευνας της αγοράς	139
8.14.1. Γραφειακή έρευνα	140
8.14.2. Επιτόπια έρευνα	140
8.15. Η στρατηγική marketing και ο ρόλος της αγοράς	142
8.15.1. Ο καταμερισμός της αγοράς	143
8.15.2. Επιλογή αγορών	143
8.15.3. Τοποθέτηση των προϊόντων στις επιλεγμένες αγορές	144
8.15.4. Πολιτική marketing	144
8.16. Τουριστικό προϊόν	144
8.17. Διαφοροποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων	146
8.18. Πολιτική τιμών	146
8.18.1. Τιμολόγηση με την πρόσθεση ενός ποσοστού πάνω στο κόστος	147
8.18.2. Τιμολόγηση με βάση την επιθυμητή απόδοση της επένδυσης	147
8.18.3. Τιμολόγηση με βάση την αξία του προϊόντος για τον καταναλωτή	147
8.18.4. Τιμολόγηση με βάση τις τρέχουσες τιμές	148
8.18.5. Τιμολόγηση με σφραγισμένες προσφορές	148
8.18.6. Ψυχολογική τιμολόγηση	148
8.18.7. Yield management	148
8.19. Πολιτική επικοινωνίας	149
8.20. Διαφήμιση	149
8.20.1. Στόχοι της διαφήμισης	150
8.20.2. Το μήνυμα της διαφήμισης	150
8.20.3. Τα διαφημιστικά μέσα	151
8.20.4. Επιλογή της αγοράς στόχου που απευθύνεται η διαφήμιση	152
8.20.5. Έλεγχος αποτελεσμάτων της διαφήμισης	153
8.21. Δημόσιες σχέσεις	153
8.22. Πολιτική πωλήσεων	155
8.22.1. Το μαύρο κουτί	156
8.22.2. Θεωρίες περί Back Box (B.B.)	157
8.23. Προώθηση πωλήσεων	158
8.23.1. Ανάπτυξη δράσης	158
8.23.2. Αντιεπισημονικότητα στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων	159

Κεφάλαιο 9

Ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

<i>Εισαγωγή</i>	161
9.1. Ιστορική αναδρομή σχετικά με την εξέλιξη των ξενοδοχείων	162
9.2. Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις	167
9.2.1. Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα	167
9.2.2. Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα	169

9.3. Ίδρυση μιας ξενοδοχειακής μονάδας	171
9.3.1. Τεχνικοοικονομική μελέτη ξενοδοχειακής μονάδας	171
9.3.2. Επιλογή τοποθεσίας ξενοδοχειακής επιχείρησης	173
9.4. Ανάπτυξη τουριστικών περιοχών	174
9.5. Τα πλεονεκτήματα που μπορεί να έχει μια τοποθεσία	175
9.6. Αρχιτεκτονική εικόνα των παραθεριστικών ξενοδοχείων	178
9.7. Στόχοι της ξενοδοχειακής επιχείρησης	178
9.8. Βασικές μέθοδοι εκμετάλλευσης ξενοδοχείου	179
9.9. Σχέσεις και διαφορές βιομηχανικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων	181
9.10. Τμήματα του ξενοδοχείου	183
9.11. Ξενοδοχειακό προϊόν	185
9.11.1. Επίπεδα προϊόντος	186
9.11.2. Ποιότητα ξενοδοχειακού προϊόντος	187
9.11.3. Η ενεργειακή κρίση, η προστασία του περιβάλλοντος και το ξενοδοχειακό προϊόν	190
9.12. Οργάνωση λειτουργιών των ξενοδοχείων	192
9.12.1. Το ξενοδοχείο που προσφέρει αποκλειστικά δωμάτιο RR (Room Rate)	193
9.12.2. Το ξενοδοχείο που προσφέρει δωμάτιο με πρωινό B&B (Bed and Breakfast)	194
9.12.3. Το ξενοδοχείο που προσφέρει δυνατότητα ημιδιατροφής H.B. (Half board)	195
9.12.4. Το ξενοδοχείο που προσφέρει δυνατότητα πλήρους διατροφής και ποικιλία συμπληρωματικών υπηρεσιών	196

Κεφάλαιο 10

Το έργο του Γενικού Διευθυντή

Εισαγωγή	198
10.1. Περιπατητικό management	200
10.1.1. Το μοντέλο των δύο στυλ	201
10.1.2. Το μοντέλο του καλού και του κακού	202
10.1.3. Το διοικητικό τρुक της πρώτης εντύπωσης	203
10.1.4. Οι σχέσεις του Γενικού Διευθυντή με τα τμήματα του ξενοδοχείου	203
10.1.5. Η στατιστική σαν εργαλείο της διεύθυνσης	204

Κεφάλαιο 11

Τμήμα προσωπικού

Εισαγωγή	205
11.1. Καριέρα στα ξενοδοχειακά επαγγέλματα	207
11.2. Εποχιακή και μη απασχόληση	207
11.3. Η κοινωνικότητα της ξενοδοχειακής εργασίας	208
11.4. Ικανότητες και ιεραρχία	209
11.4.1. Το ιεραρχικό μοντέλο	209

11.4.2. Το νομικό μοντέλο	211
11.5. Η εργασία στα μεγάλα, μεσαία και μικρά ξενοδοχεία	212

Κεφάλαιο 12

Front office

<i>Εισαγωγή</i>	214
12.1. Ιστορικά στοιχεία σχετικά με το τμήμα του front office	214
12.2. Τμήμα κρατήσεων	215
12.2.1. Overbooking	217
12.2.2. Το προσωπικό του τμήματος κρατήσεων	217
12.2.3. Διαχείριση των κρατήσεων	218
12.3. Τμήμα υποδοχής	219
12.3.1. Τα συστήματα λειτουργίας της υποδοχής	220
12.3.2. Οι αφίξεις	222
12.3.3. Οι αναχωρήσεις	223
12.3.4. Ομαδικές αφιξεαναχωρήσεις	223
12.3.5. Βάρδιες υποδοχής	223
12.4. Θυρωρείο	224
12.5. Τηλεφωνικό κέντρο	225
12.6. Τμήμα ταμείου	225
12.7. Τμήμα παρακολούθησης λογαριασμών πελατών ή Main Courante	226

Κεφάλαιο 13

Η οικονομική οργάνωση των ξενοδοχείων

<i>Εισαγωγή</i>	232
13.1. Η ξενοδοχειακή οικονομική	232
13.2. Τα έσοδα κι έξοδα των ξενοδοχείων	233
13.3. Ο ξενοδόχος	235
13.4. Το τμήμα πωλήσεων	236
13.5. Ξενοδοχειακή λογιστική	237
13.6. Μηχανοργάνωση ξενοδοχειακών μονάδων	238

Κεφάλαιο 14

Το τμήμα ορόφων

<i>Εισαγωγή</i>	244
14.1. Προϊσταμένη ορόφων	244
14.2. Καμαριέρες	245
14.3. Καθαρίστριες και βαλέδες	245
14.4. Λινοθήκη	245
14.5. Πλυντήριο	246
14.6. Τμήμα απολεσθέντων	247
14.7. Οργάνωση χρόνου	247
14.8. Πληροφοριοδότηση πελατών στα δωμάτια	248

14.9. Το τμήμα συντήρησης	254
14.10. Το τμήμα ασφάλειας	254
14.11. Το τμήμα ψυχαγωγίας κι άθλησης	254

Κεφάλαιο 15

F&B (Food and Beverages)

<i>Εισαγωγή</i>	256
15.1. Τα επισιτιστικά τμήματα των ξενοδοχείων	256
15.2. Η ποιότητα του τμήματος F&B	257
15.3. Οργάνωση των επισιτιστικών τμημάτων	258
15.4. Οργάνωση εργασίας	259
15.5. Υπηρεσίες	259
15.6. Οργάνωση κεφαλαίων	259
15.7. Οργάνωση χώρου	260
15.8. Νομοθετικές ρυθμίσεις	261

Κεφάλαιο 16

Χώρος και προσωπικό του εστιατορίου

<i>Εισαγωγή</i>	262
16.1. Μορφές εστιατορίων που μπορούμε να συναντήσουμε στο χώρο των ξενοδοχείων	263
16.1.1. Εστιατόριο πρωινών	263
16.1.2. Εστιατόρια που προσφέρουν γεύμα ή δείπνο	264
16.1.3. Εστιατόριο table d'hotel	265
16.1.4. Εστιατόριο a la carte	265
16.1.5. Ταβέρνα	265
16.1.6. Εστιατόριο εθνικής κουζίνας	265
16.1.7. Grill room	266
16.1.8. Snack bar	266
16.1.9. Εστιατόριο banquet	266
16.1.10. Room service	267
16.1.11. Εστιατόριο γενικής χρήσης	268
16.2. Είδη σερβιρίσματος	268
16.2.1. Το Αγγλικό σερβίρισμα	269
16.2.2. Το Γαλλικό σερβίρισμα	269
16.2.3. Το Αυστριακό σερβίρισμα	269
16.2.4. Το Ρωσικό σερβίρισμα	269
16.2.5. Το αμερικάνικο σερβίρισμα ή self service	270
16.2.6. Ο μπουφές	270
16.2.7. Ελληνικό σερβίρισμα	270
16.2.8. Ειδικά γεύματα	271
16.3. Εστιατοριακή τέχνη	271
16.4. Το εστιατοριακό προϊόν	271

16.5. Η προώθηση των πωλήσεων στις εστιατορικές μονάδες	272
16.6. Η προσφορά του προσωπικού	273
16.7. Σερβίρισμα των κρασιών	273
16.7.1. Οι σχέσεις φαγητών και κρασιών	274
16.7.2. Η θερμοκρασία σερβιρίσματος των κρασιών	275
16.7.3. Κατάλογος κρασιών (Wine List)	275

Κεφάλαιο 17

Το bar των ξενοδοχειακών μονάδων

<i>Εισαγωγή</i>	277
17.1. Το μπαρ στον ξενοδοχειακό χώρο - Είδη bar	277
17.1.1. Restaurant bar	278
17.1.2. Main bar	278
17.1.3. Swimming pool bar	278
17.1.4. Beach bar	279
17.1.5. Roof garden bar	279
17.1.6. Dancing bar	279
17.1.7. Mini bar	279
17.2. Οι χώροι του bar	279
17.3. Προσωπικό	280
17.4. Οικονομική προσέγγιση του bar	283

Κεφάλαιο 18

Το μαγειρείο

<i>Εισαγωγή</i>	285
18.1. Ιστορικά Στοιχεία	285
18.2. Εξοπλισμός	286
18.3. Χωροταξική οργάνωση μαγειρείου	287
18.4. Θέση μαγειρείου	288
18.5. Το προσωπικό του μαγειρείου	289
18.6. Η γαλλική κουζίνα	294
18.7. Το menu	294
18.7.1. Σχεδιασμός menu	296
18.7.2. Το menu τυπωμένο στον κατάλογο	296
18.8. Συνεργασία του μαγειρείου και του εστιατορίου	299
18.9. Συνεργασία του μαγειρείου με το τμήμα εκδηλώσεων και πωλήσεων ...	299

Κεφάλαιο 19

Τμήμα προμηθειών

<i>Εισαγωγή</i>	301
19.1. Πολιτική προμηθειών	301
19.2. Θέση του τμήματος προμηθειών	302

19.3. Προσωπικό του τμήματος προμηθειών	303
19.4. Προδιαγραφές προϊόντων	304
19.5. Συχνότητα προμηθειών	304
19.6. Έντυπα	305
19.7. Μέθοδοι αγοράς προϊόντων	306
19.8. Επιλογή προμηθευτή	307
19.9. Παραγγελίες	309
19.10. Παραλαβή προϊόντων	310
19.11. Αποθήκευση	311
19.12. Ψυγεία	312
19.13. Αποθέματα	313
19.14. Απογραφή	314
19.15. Κοστολόγηση αναλωσίμων	315

Κεφάλαιο 20

Διαχείριση και έλεγχος του ξενοδοχείου

Εισαγωγή	316
20.1. Υπηρεσία εσωτερικών ελέγχων	317
20.2. Διαχείριση κι έλεγχος των εσόδων του εστιατορίου	319
20.3. Έλεγχος των εσόδων εκδηλώσεων	323
20.4. Διαχείριση κι έλεγχος των εσόδων του bar	323
20.5. Έλεγχος ποσοτήτων πρώτων υλών εστιατορίου και μπαρ	323
20.6. Έλεγχος αξίας των αναλώσιμων υλικών	325
20.7. Έλεγχος των mini bars	325
20.8. Έλεγχος αποθήκης αναλώσιμου και μη αναλώσιμου υλικού	325
20.9. Έλεγχος εσόδων υπνοδωματίων	326
20.10. Σύγκριση αξίας αναλωθέντων υλικών με λοιπά δεδομένα	327

Κεφάλαιο 21

Τουριστικά πρακτορεία

Εισαγωγή	329
21.1. Thomas Cook	330
21.2. Ίδρυση τουριστικού πρακτορείου	331
21.3. Γραφεία εσωτερικού τουρισμού	332
21.4. Τα γραφεία γενικού τουρισμού	332
21.5. Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία	332
21.6. Εισερχόμενος τουρισμός (Incoming)	334
21.6.1. Τμήμα marketing και σχεδιασμού προϊόντων	334
21.6.2. Τμήμα κρατήσεων κι οργάνωσης της παραγωγής	334
21.6.3. Τμήμα παραγωγής	336
21.6.4. Πριν την άφιξη του πελάτη	336
21.6.5. Κατά την άφιξη και την παραμονή του πελάτη	336

21.6.6. Μετά την αναχώρηση του πελάτη	337
21.6.7. Τμήμα πωλήσεων	338
21.6.8. Τμήμα επικοινωνίας	339
21.6.9. Τμήμα διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων	339
21.6.10. Τμήμα λογιστηρίου	340
21.7. Οι τουριστικοί οργανισμοί	341
21.8. Εξερχόμενος τουρισμός (Outgoing)	341
21.8.1. Τμήμα marketing και σχεδιασμού προϊόντων	341
21.8.2. Τμήμα οργάνωσης παραγωγής	342
21.8.3. Αερομεταφορά	342
21.8.4. Κατάλυμα	344
21.8.5. Εκπρόσωπος του γραφείου	344
21.8.6. Τμήμα παραγωγής	345
21.8.7. Τμήμα εισιτηρίων (ticketing)	346
21.8.8. Τμήμα πωλήσεων	346
21.8.9. Τμήμα επικοινωνίας, διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων	347
21.8.10. Διανομή καταλόγων	348
21.8.11. Κάρτες μέλους	349
21.8.12. Ασφάλιση	349
21.9. Τουριστικά πακέτα	350
21.9.1. Πακέτα περιήγησης	350
21.9.2. Κρουαζιέρες ή Fly and Sail	351
21.9.3. Fly and Drive	351
21.9.4. Διακοπές ομαδικής ψυχαγωγίας και άθλησης ή Club Tours	351
21.9.5. Πακέτα που περιλαμβάνουν τα πάντα ή full inclusive	351
21.9.6. Αθλητικά πακέτα ή Sport Tours	352
21.9.7. Πακέτα εξοχικών κατοικιών	352
21.9.8. Πακέτα νέων	352
21.9.9. Ξενοδοχειακά πακέτα ή Fly and Hotel	353
21.9.10. Πακέτα συνδυασμών	353
21.9.11. Πακέτα συνεδρίων	353
21.9.12. Πακέτα εκθέσεων	354
21.9.13. Πακέτα κινήτρων	354
21.9.14. Πακέτα κατ' επιλογή του πελάτη ή A la Carte	354
21.9.15. Άλλα πακέτα	354
21.10. Οι τιμές πώλησης των πακέτων	355
21.11. Ταξίδια της τελευταίας στιγμής ή Last minute trips	355
21.12. Η θέση των Τ.Ο. στην παγκόσμια οικονομία	356
21.13. Μηχανοργάνωση τουριστικών γραφείων	357
21.14. Η ηλεκτρονική μηχανογράφηση των τουριστικών γραφείων	358
21.15. Συνεργασία τουριστικών γραφείων και ξενοδοχείων	358
21.16. Συμφωνίες πρακτορείων και ξενοδοχείων	359
21.16.1. Allotment (Με συμφωνία)	360

21.16.2. On request (Με αίτηση)	361
21.16.3. Guarantee (Με εγγύηση)	361
21.16.4. Επικοινωνία τουριστικών γραφείων με τα ξενοδοχεία και τους πελάτες	362

Κεφάλαιο 22

Μεταφορές

<i>Εισαγωγή</i>	364
22.1. Αεροπορία	365
22.2. Αεροπορικές τουριστικές μεταφορές	366
22.3. I.A.T.A.	368
22.4. Διεθνής Οργάνωση Πολιτικής Αεροπλοΐας - ICAO	368
22.5. Αεροσκάφη	368
22.6. Charter	369
22.7. Ο αερομεταφορέας	373
22.8. Θαλάσσιες τουριστικές μεταφορές	374
22.8.1. Ναυσιπλοΐα	374
22.8.2. Yachting	377
22.8.3. Ναύλωση σκαφών	378
22.8.4. Κρουαζιερόπλοια	380
22.9. Σιδηρόδρομος	383
22.10. Αυτοκίνητο και οδικό δίκτυο	384
22.10.1. Τουριστικά λεωφορεία	386
22.10.2. Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων	386

Κεφάλαιο 23

Επισιτιστικές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις εστίασης

<i>Εισαγωγή</i>	389
23.1. Οι επενδύσεις στις επιχειρήσεις εστίασης	390
23.2. Τιμολόγηση των προϊόντων εστίασης	392

Κεφάλαιο 24

Το εστιατόριο

<i>Εισαγωγή</i>	393
24.1 Τύποι εστιατορίων	393
24.2. Τουριστικά εστιατόρια	394
24.3. Χώρος εστιατορίου	395
24.3.1. Χώρος σερβιρίσματος πελατών	395
24.3.2. Το προσωπικό του χώρου σερβιρίσματος	396
24.4. Χωροταξική οργάνωση κι εξοπλισμός της κουζίνας	397
24.5. Προσωπικό κουζίνας	399
24.6. Υγειονομικός έλεγχος	399
24.7. Υγιεινή κουζίνας	399

24.7.1. Μικροοργανισμοί και τροφική δηλητηρίαση	400
24.7.2. Υγιεινή των τροφίμων	400
24.8. Ασφάλεια	402

Κεφάλαιο 25

Κατηγορίες bar

<i>Εισαγωγή</i>	404
25.1. Εξοπλισμός του bar	405
25.2. Παρασκευαστήριο ποτών	405
25.3. Το προσωπικό	406
25.4. Τουριστικό bar	407

Κεφάλαιο 26

Τα κέντρα διασκέδασης

<i>Εισαγωγή</i>	408
Music club	408

Επίλογος	411
-----------------------	-----

Βιβλιογραφία	413
---------------------------	-----

feedimos.gr