

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο	
ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ	15
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	15
1.1. Εισαγωγή	15
1.2. Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου	16
1.3. Η μάζικοποίηση του τουρισμού	19
1.4. Ο ορισμός του τουρίστα	26
1.5. Οι κατηγοριοποιήσεις των διεθνών επισκεπτών	29
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο	
Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	35
2.1. Η εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού	35
2.2. Η περιφερειακή κατανομή των διεθνών τουριστικών αφίξεων και των συναλλαγματικών εισπράξεων	37
2.3. Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών. Οι τουριστικές ζώνες	40
2.4. Το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές	41
2.5. Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης	45
2.5.1. Η ετερογένεια	45
2.5.2. Οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις	46
2.5.2.1. Η εποχικότητα	46
2.5.2.2. Οι χωρικές συγκεντρώσεις	47
2.5.2.3. Οι συνέπειες	48
2.5.2.4. Τα μέτρα	50

2.5.2.5. Οι δείκτες	51
2.5.2.6. Η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού	51
2.6. Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης	53
2.6.1. Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες	55
2.6.1.1. Το εισόδημα	55
2.6.1.2. Η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία	58
2.6.1.3. Οι τιμές	59
2.6.1.4. Η επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών	60
2.6.1.5. Η δημογραφική εξέλιξη	62
2.6.1.6. Η αστικοποίηση	65
2.6.1.7. Οι τεχνικοί παράγοντες - Τα μεταφορικά μέσα ..	66
2.6.2. Οι υποκειμενικοί παράγοντες ή κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες	67
2.6.2.1. Οι κοινωνικοί παράγοντες	67
2.6.2.2. Οι προσωπικοί παράγοντες	68
2.6.2.3. Η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής	69
2.6.3. Οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν	70
2.7. Οι τύποι του τουρισμού	72
2.8. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού	75
2.9. Η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής των τουριστών	77
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	87
3.1. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος	88
3.2. Οι ταξινομίσεις του τουριστικού προϊόντος	92
3.2.1. Η πρωτογενής τουριστική προσφορά	92
3.2.1.1. Οι φυσικοί πόροι	92
3.2.1.2. Οι πόροι που δημιουργήσε ο άνθρωπος	94
3.2.2. Η δευτερογενής ή αποδέοντα τουριστική προσφορά ..	95
3.2.2.1. Οι γενικές εγκαταστάσεις	95
3.2.2.2. Οι πτήσεις charters	96

3.2.2.3. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις	99
3.2.2.3.1 Τα τουριστικά καταλύματα	99
3.2.2.3.2. Οι εγκαταστάσεις αναψυχής και η “animation”	104
3.3. Ο βαθμός ελκυστικότητας των τουριστικών πόρων	106
3.4. Το κόστος εκμετάλλευσης και η αποδοτικότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων	108
3.5. Ο προσδιορισμός του αναγκαίου αριθμού δωματίων στα ξενοδοχειακά καταλύματα	111
3.6. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα	112
3.7. Τα κάμπιγκ και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια	118
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	120

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΟΙ ΔΟΜΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	216
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	213

4.1. Οι τουριστικοί οργανισμοί και οι τουριστικές πολιτικές των αναπτυγμένων χωρών	123
4.1.1. Ιστορική αναδρομή των διεθνών οργανισμών του τουρισμού	124
4.1.2. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.)	125
4.1.3. Η τουριστική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) ..	128
4.1.4. Η τουριστική πολιτική στις χώρες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) ..	134
4.1.5. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)	135
4.1.6. Το Υπουργείο Ανάπτυξης	142
4.1.7. Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.) ..	143
4.1.8. Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.)	144
4.2. Τα τουριστικά γραφεία	147
4.2.1. Ορισμός και λειτουργίες	147
4.2.2. Τα τουριστικά γραφεία στην Ελλάδα	148
4.2.3. Οι μεγάλες διακρίσεις των τουριστικών γραφείων	150

4.2.3.1. Τα τουριστικά γραφεία “διανομείς”	150
4.2.3.2. Τα τουριστικά γραφεία “παραγωγοί”	151
4.2.3.3. Τα τουριστικά γραφεία “υποδοχής” (“Incoming” ή “Ground -Operator”)	151
4.2.4. Η οικονομική διαχείριση των τουριστικών γραφείων ...	153
4.2.5. Τα προβλήματα και οι τάσεις των τουριστικών γραφείων	155
4.2.6. Οι Tour-Operators	156
4.2.6.1. Το “οργανωμένο ταξίδι”	158
4.2.6.2. Οι διάφοροι τύποι των “οργανωμένων ταξιδιών”	160
4.2.6.3. Η πραγματοποίηση ενός “οργανωμένου ταξιδιού”	162
4.2.6.4. Οι σχέσεις μεταξύ ξενοδόχων και Tour-Operators	167
4.2.7. Τα οργανωμένα ταξίδια και ο προορισμός “Ελλάδα”	170
4.2.7.1. Η οικονομική ανάλυση του οργανωμένου ταξιδιού	174
4.2.7.2. Οι στόχοι και οι πολιτικές	176
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	178

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

ΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	181
5.1. Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	182
5.1.1. Οι μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	182
5.1.2. Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις ...	182
5.2. Ο τουρισμός και η κατανάλωση	183
5.3. Ο τουρισμός και η εθνική παραγωγή	185
5.4. Ο πολλαπλασιαστής	187
5.4.1. Οι περιορισμοί σχετικά με τη χρησιμοποίηση του πολλαπλασιαστή	189
5.4.2. Η περίπτωση της Ελλάδας	190
5.5. Ο τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών	192
5.5.1. Το τουριστικό ισοζύγιο	195
5.5.2. Παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου της Ελλάδας	198

5.5.3. Ο υπολογισμός του λογαριασμού “ταξίδια”	200
5.6. Οι τουριστικές επενδύσεις	201
5.6.1. Οι επενδύσεις της τουριστικής υποδομής	201
5.6.2. Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα	202
5.6.3. Η χρηματοδότηση	203
5.6.4. Το κόστος της επένδυσης	205
5.6.5. Τα κριτήρια της επένδυσης	205
5.6.6. Τα επενδυτικά κριτήρια στον τουριστικό τομέα	206
5.6.6.1. Τα επενδυτικά κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98	208
5.6.6.2. Καθορισμός του συμβατικού κόστους των τουριστικών εγκαταστάσεων που υπάγονται στις διατάξεις του Α.Ν. 2601/98	213
5.7. Η απασχόληση	216
5.7.1. Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης	218
5.7.2. Οι διακρίσεις της τουριστικής απασχόλησης	220
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	222

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο

ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	225
6.1. Οι κοινωνικές επιδράσεις	225
6.1.1. Οι παραγόντες που επηρεάζουν την επαφή του τουρίστα με τον “ντόπιο”	226
6.1.1.1. Η ζώνη υποδοχής των τουριστών	229
6.1.1.2. Οι χώρες προέλευσης των τουριστών	230
6.1.2. Η συνάντηση του τουρίστα με τον “ντόπιο”	232
6.1.3. Οι συνέπειες της συνάντησης	233
6.1.4. Οι πολιτιστικές επιδράσεις	237
6.2. Οι επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον	239
6.2.1. Η υποβάθμιση της ζώνης υποδοχής των τουριστών	242
6.2.2. Ο ρόλος των κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα	246

6.2.3.	Οι βραχυχόνιες και μακροχόνιες επιπτώσεις	248
6.2.3.1.	Η τουριστική μετακίνηση	248
6.2.3.2.	Τα τουριστικά καταλύματα	250
6.2.3.3.	Οι δραστηριότητες αναψυχής	250
6.2.3.4.	Οι μαρίνες	251
6.2.3.5.	Οι εξωγενείς επιπτώσεις	251
6.2.4.	Περιβάλλον και εικόνα (image) στην περίπτωση της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής των τουριστών	253
	Συμπεράσματα	257
6.3.	Βιβλιογραφία κεφαλαίου	259
	Εποπτική διαδικασία για την επίληψη και διεύθυνση των συνέπειών της στην επικοινωνία με την κοινωνία των πολιτών	267
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	261
	ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	269
	ΠΙΝΑΚΕΣ	271
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	275
	Ορθογραφία των γεωγραφικών οντοτήτων της Ελλάδας	278
	Επίλογος	282
	Ο ΤΟΥΡΓΑΝΟΣ ΣΤΗΝ ΤΟΝΙΣΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	285
	Επίλογος	287
	ΕΞΕΓΕΡΤΗΛΑΚΤΕΡΕΣΤΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΟΥΝΙΟΣ	289
από 1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	291
1.1.	1.1.1. Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	292
1.1.1.1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	292
1.1.1.2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	294
1.1.2.	Επίλογος	297
1.2.	Επίλογος	298
από 2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	301
2.1.	2.1.1. Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	302
2.1.1.1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	302
2.1.1.2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	304
2.1.2.	Επίλογος	305
2.2.	Επίλογος	306
από 3.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	309
3.1.	3.1.1. Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	310
3.1.1.1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	310
3.1.1.2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	312
3.1.2.	Επίλογος	313
3.2.	Επίλογος	314
από 4.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	317
4.1.	4.1.1. Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	318
4.1.1.1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	318
4.1.1.2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	320
4.1.2.	Επίλογος	321
4.2.	Επίλογος	322
από 5.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	325
5.1.	5.1.1. Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	326
5.1.1.1.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	326
5.1.1.2.	Θεματικές περιβάλλοντας συνέπειες στην Ελλάδα	328
5.1.2.	Επίλογος	329
5.2.	Επίλογος	330