

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	11
Εισαγωγή	15

ΜΕΡΟΣ Ι

ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εισαγωγή	21
1.1 Εννοιολογικές διευκρινίσεις και παραδοχές ως προς τον τουρισμό και τις τουριστικές δραστηριότητες	21
1.1.1 Οι τρεις διαστάσεις του τουρισμού	21
1.1.2 Τουριστική αγορά, ζήτηση και προσφορά	26
1.1.3 Ο «κύκλος ζωής» του τουρισμού και το τουριστικό σύστημα	27
1.2 Το εννοιολογικό πλαίσιο του οικοτουρισμού	30
1.2.1 Έννοιες συναφείς με τον οικοτουρισμό	30
1.2.2 Εννοιολογικές προσεγγίσεις στον οικοτουρισμό	34
1.3 Συμπεράσματα	39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

(ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ)

Εισαγωγή	41
2.1 Η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού και του οικοτουρισμού	41

2.1.1	Αλλαγές-τάσεις και προβλήματα-επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης: συνολική προσέγγιση	41
2.1.2	Αίτια και κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης του οικότουρισμού	43
2.1.3	Οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του οικότουρισμού	46
2.2	Ιδιότητες-χαρακτηριστικά και αρχές-στόχοι οικότουριστικής ανάπτυξης ...	48
2.2.1	Ιδιότητες και αναπτυξιακά χαρακτηριστικά του οικότουρισμού ...	48
2.2.2	Αρχές και στόχοι οικότουριστικής ανάπτυξης	50
2.3	Οικότουρισμός, περιβάλλον και αειφορία: αναπτυξιακές, λειτουργικές σχέσεις και διασυνδέσεις	52
2.3.1	Οικότουρισμός και περιβάλλον	53
2.3.2	Οικότουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη: προϋποθέσεις και σχέσεις ..	55
2.4	Συμπεράσματα	56

ΜΕΡΟΣ II

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΝΤΑΞΗΣ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Εισαγωγή	61
3.1 Το ευρύτερο πλαίσιο ένταξης και ολοκλήρωσης του οικότουριστικού σχεδιασμού	62
3.1.1 Βασικά στοιχεία σχεδιασμού και αρχές αειφόρου ανάπτυξης	62
3.1.2 Παράγοντες-προϋποθέσεις αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και η περιβαλλοντική διάσταση στον τουριστικό σχεδιασμό	64
3.1.3 Αρχές, στόχοι και πολιτικές τουριστικού σχεδιασμού για αειφόρο ανάπτυξη	68
3.2 Η διαδικασία οικότουριστικού σχεδιασμού	71
3.2.1 Γενική προσέγγιση	71
3.2.2 Ανάλυση πόρων και καταγραφή δυνάμει περιοχών οικότουρισμού: μεθοδολογικές προσεγγίσεις	73

3.2.3	Στρατηγική, προγράμματα και μέτρα πολιτικής οικονομικής ανάπτυξης	76
3.3	Συμπεράσματα	82

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ

Εισαγωγή	83
4.1 Προβλήματα και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης στον οικονομισμό	83
4.1.1 Προβλήματα οικονομικής διαχείρισης	83
4.1.2 Στρατηγική οικονομικής διαχείρισης	86
4.2 Οι προσεγγίσεις και οι πρακτικές μάρκετινγκ στον οικονομισμό	90
4.2.1 Γενικές προσεγγίσεις τουριστικού μάρκετινγκ με επίκεντρο το περιβάλλον και την αιφόρο ανάπτυξη	90
4.2.2 Σύγχρονες προσεγγίσεις και πρακτικές μάρκετινγκ στον οικονομισμό	97
4.3 Συμπεράσματα	101

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ

Εισαγωγή	107
5.1 Κύρια ζητήματα οικονομικής ανάπτυξης διεθνώς	108
5.1.1 Συνολική προσέγγιση αναπτυξιακών διαστάσεων του οικονομισμού: διεθνή παραδείγματα	108
5.1.2 Οικονομισμός και ανάπτυξη τοπικών κοινοτήτων: ζητήματα συμμετοχής του τοπικού πληθυσμού	115
5.2 Ο οικονομισμός και συναφείς εναλλακτικές μορφές τουρισμού στον ευρωπαϊκό και το μεσογειακό χώρο	119
5.3 Ευρύτερο πλαίσιο ένταξης και ανάπτυξης του οικονομισμού	125

