

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	13
ΜΕΡΟΣ Α΄. Το τουριστικό φαινόμενο	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Διαχρονική επισκόπηση των εξελικτικών φάσεων	19
1.1 Η αρχαιότητα	20
1.1.1 Τα ξενοδοχειακά καταλύματα	23
1.2 Ο Μεσαίωνας.....	24
1.3 Η Αναγέννηση.....	26
1.4 Ο 19ος αιώνας	27
1.4.1 Ο Thomas Cook.....	29
1.5 Ο τουρισμός των «rentiers» (εισοδηματιών).....	32
1.6 Η περίοδος 1905-1935.....	33
1.7 Ο μαζικός τουρισμός	34
1.8 Οι τρεις διακριτές χρονικές περιόδους του μαζικού τουρισμού (Α΄, Β΄, Γ΄).....	39
1.8.1 Η πρώτη περίοδος: 1950 έως 1970-1975 (Α΄). Υπερίσχυση του «ποσοτικού κριτηρίου»	39
1.8.2 Η δεύτερη περίοδος: 1970-1975 έως 2000 (Β΄). Διείσδυση του «ποιοτικού κριτηρίου»	42
1.8.3 Η τρίτη περίοδος: 2000 έως σήμερα (Γ΄). Μαζικός, διαφοροποιημένος τουρισμός	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Εννοιολογικές προσεγγίσεις.....	49
2.1 Οι δυσκολίες οριοθέτησης του τουριστικού φαινομένου	49
2.2 Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουρίστα: οι ορισμοί	54
2.3 Διάκριση «τουρίστα» και «ταξιδιώτη»	61
2.4 Η στατιστική ανάλυση του τουρισμού	64
2.5 Η ομογένεια των στατιστικών στοιχείων.....	67
2.6 Η σύγχρονη θεώρηση του τουρίστα-καταναλωτή	73
2.6.1 Η πληροφόρηση των τουριστών-καταναλωτών	74
2.6.2 Η κρίση κατανάλωσης	74
2.6.3 Ο σύγχρονος τουρίστας-καταναλωτής.....	75
2.7 Ο τουρισμός ως διακριτή επιστήμη	77
2.8 Ο τουρισμός ως βιομηχανία	79
2.9 Η οικονομική επιστημονική σκέψη σχετικά με τον τουρισμό	83
ΜΕΡΟΣ Β΄. Η τουριστική ζήτηση	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Ιδιομορφίες, χαρακτηριστικά και προσδιοριστικοί παράγοντες	87
3.1 Οι οικονομικές θεωρίες της ζήτησης.....	90
3.1.1 Η θεωρία των παραγωγικών συντελεστών.....	91
3.1.1.1 Η ανάλυση του B. Lassudrie-Duchêne και του I. Kravis	91
3.1.2 Η θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος.....	95

3.1.2.1 Η θεωρία του D. Ricardo.....	95
3.1.2.2 Το δυναμικό συγκριτικό πλεονέκτημα	100
3.1.2.3 Οι περιορισμοί της προσέγγισης του D. Ricardo.....	101
3.1.3 Η θεωρία της ζήτησης.....	103
3.1.3.1 Η ανάλυση του S. B. Linder.....	103
3.2 Η ζήτηση και ο διεθνής τουρισμός	108
3.3 Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών.....	110
3.3.1 Οι σχέσεις κέντρου-περιφέρειας.....	113
3.3.2 Η δυναμική ενός μοντέλου κέντρου-περιφέρειας.....	114
3.3.3 Οι κύριες ζώνες υποδοχής των τουριστών.....	116
3.4 Οι συγκεντρωτικές τάσεις του διεθνούς τουρισμού.....	119
3.4.1 Οι χωρικές συγκεντρώσεις σε περιφερειακό επίπεδο.....	119
3.4.2 Οι χωρικές συγκεντρώσεις σε εθνικό επίπεδο.....	120
3.5 Μοντέλα ανάλυσης του δυναμικού και της σπουδαιότητας των διεθνών τουριστικών αγορών.....	122
3.6 Η εκτίμηση της τουριστικής ζήτησης.....	126
3.7 Η ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης	128
3.8 Η ελαστικότητα της ζήτησης.....	131
3.9 Η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.....	132
3.9.1 Οι συνέπειες	133
3.9.2 Οι δείκτες, οι μέθοδοι και τα μοντέλα μέτρησης της εποχικότητας.....	135
3.9.2.1 Οι δείκτες συγκέντρωσης (concentration indexes)	136
3.9.2.2 Οι δείκτες ανισότητας (inequality indexes)	137
3.9.2.3 Το πολλαπλασιαστικό μοντέλο (multiplicative model)	138
3.9.3 Η επιμήκυνση της περιόδου των διακοπών	139
3.9.4 Η πολυδιάσπαση του χρόνου διακοπών: ο ρόλος των μικρής και μέσης διάρκειας τουριστικών μετακινήσεων	140
3.10 Οι καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	142
3.11 Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες	148
3.11.1 Ο ελεύθερος χρόνος.....	148
3.11.2 Οι δημογραφικοί παράγοντες	151
3.11.2.1 Η αστικοποίηση.....	151
3.11.2.2 Η ηλικία.....	153
3.11.2.3 Η αύξηση του επιπέδου κατάρτισης.....	153
3.11.2.4 Η δομή του νοικοκυριού	153
3.11.3 Το εισόδημα	154
3.11.3.1 Η ελαστικότητα του εισοδήματος	155
3.11.4 Η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία.....	156
3.11.5 Οι τιμές.....	157
3.11.5.1 Ο δείκτης τιμών.....	165
3.11.5.2 Οι τιμές του πετρελαίου και οι διεθνείς τουριστικές ροές	165
3.11.6 Ο διεθνής ανταγωνισμός	167
3.11.7 Το τουριστικό προϊόν	169
3.11.7.1 Η απελευθέρωση των αερομεταφορών.....	171
3.12 Οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες	172
3.13 Οι κοινωνικο-ανθρωπολογικοί παράγοντες	179

3.13.1 Η κινητικότητα.....	180
3.13.2 Η εμπιστοσύνη και η διασφάλισή της.....	181
3.13.3 Οι αξίες του «οικείου»	181
3.13.4 Ο πολιτισμός της αυθεντικότητας	181
3.13.5 Ο πολιτισμός της αυθεντικότητας και η πολιτιστική κληρονομιά	182
3.14 Οι τεχνικοί παράγοντες: οι νέες τεχνολογίες	183
3.15 Οι πολιτικοί παράγοντες	187
3.15.1 Οι ενέργειες των κρατικών οργανισμών.....	187
3.15.2 Η ασφάλεια.....	188
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Τυπολογίες, προβλέψεις και τάσεις	191
4.1 Οι τυπολογίες του τουρίστα.....	191
4.1.1 Η τυπολογία του J. Abbey	191
4.1.2 Η τυπολογία του E. Cohen.....	192
4.1.3 Η τυπολογία των R. Lanquar και R. Hollier.....	193
4.1.4 Η τυπολογία του S. Plog.....	195
4.1.5 Η τυπολογία των W. Perreault, D. Darden και W. Darden	198
4.1.6 Η τυπολογία της American Express	199
4.1.7 Η τυπολογία του συστήματος VALS.....	200
4.1.8 Άλλες τυπολογίες του τουρίστα	201
4.1.9 Η κριτική προσέγγιση των τυπολογιών του τουρίστα	202
4.2 Η τυπολογία του τουρισμού	203
4.3 Προσέγγιση ενός μοντέλου σύγχρονων διακοπών.....	207
4.3.1 Συσχετισμός του μοντέλου των σύγχρονων διακοπών και των περιόδων του τουρισμού.....	209
4.4 Οι μέθοδοι πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης	211
4.4.1 Τα μοντέλα παλινδρόμησης και τα μοντέλα βαρύτητας	214
4.4.1.1 Τα μοντέλα παλινδρόμησης	215
4.4.1.2 Τα μοντέλα βαρύτητας.....	216
4.4.2 Τα διαρθρωτικά μοντέλα	217
4.4.3 Τα οικονομετρικά μοντέλα.....	218
4.4.4 Τα μοντέλα των «δικτύων των τεχνητών νευρώνων»	220
4.4.5 Οι περιορισμοί εφαρμογής των μεθόδων πρόβλεψης.....	221
4.5 Οι νέες τάσεις της τουριστικής ζήτησης.....	222
ΜΕΡΟΣ Γ΄. Η τουριστική προσφορά	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Χαρακτηριστικά, τυπολογίες και διάρθρωση των δομών της υποδοχής	227
5.1 Η ετερογένεια του τουριστικού προϊόντος.....	232
5.2 Η τυπολογία των τουριστικών προϊόντων	234
5.3 Η προσέγγιση του F. Munoz de Escalona	241
5.4 Οι ιδιομορφίες και τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.....	243
5.5 Τα κύρια στοιχεία του τουριστικού προϊόντος.....	248
5.5.1 Τα βασικά συνθετικά στοιχεία	248
5.5.2 Το άμεσο περιβάλλον	250
5.5.3 Ο πληθυσμός υποδοχής	251
5.5.4 Η αισθητική ικανοποίηση και η «animation»	251

5.5.5 Οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις.....	252
5.5.6 Οι υποδομές των μεταφορικών μέσων	252
5.6 Τα τουριστικά καταλύματα.....	253
5.6.1 Η ξενοδοχία.....	254
5.6.2 Η εφαρμογή του μοντέλου «παγίδα για τουρίστες» (Piège à touristes) στην ξενοδοχία	255
5.7 Οι σύγχρονοι τύποι τουριστικών προϊόντων.....	257
5.7.1 Το τουριστικό προϊόν μιας γεωγραφικής ενότητας.....	257
5.7.2 Το προϊόν «τουριστικό πακέτο» (package tour).....	259
5.7.3 Το τουριστικό προϊόν τύπου «σταθμός-θέρετρο»	259
5.7.4 Το τουριστικό προϊόν τύπου «εκδηλώσεις»	260
5.7.5 Τα ιδιόμορφα τουριστικά προϊόντα.....	260
5.7.6 Τα τουριστικά προϊόντα «ανακάλυψη» και «απόδραση»	260
5.7.6.1 Το τουριστικό προϊόν «ανακάλυψη».....	261
5.7.6.2 Το τουριστικό προϊόν «απόδραση»	262
5.8 Η χωρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς	264
5.8.1 Οι δείκτες εντοπισμού της τουριστικής δραστηριότητας	267
5.8.2 Ο δείκτης τουριστικής λειτουργίας	269
5.8.3 Ο δείκτης συμμετοχής του τουρισμού στον τριτογενή τομέα της οικονομίας.....	270
5.8.4 Το μέσο ποσοστό άνεσης.....	270
5.8.5 Η τουριστική χωρητικότητα	270
5.8.6 Η τουριστική και η ξενοδοχειακή πυκνότητα	271
5.8.7 Η ξενοδοχειακή εντατικότητα	271
5.8.8 Τα μοντέλα της φέρουσας ικανότητας	272
5.9 Τα στοιχεία της τουριστικής προσφοράς ως καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής εξειδίκευσης	273
5.9.1 Οι παραγωγικοί συντελεστές	274
5.9.2 Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα	275
5.9.3 Η έννοια της ποιότητας.....	276
5.9.3.1 Μέτρηση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών.....	277
5.9.3.2 Η σχέση τιμής-ποιότητας	278
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Οικονομική οργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων και ενδιάμεσοι του τουριστικού κυκλώματος	279
6.1 Η σύγχρονη οργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων.....	279
6.1.1 Οι ανεξάρτητες αλυσίδες	279
6.1.2 Οι εξαρτημένες αλυσίδες	280
6.1.3 Οι τεχνικο-εμπορικές συμμαχίες.....	281
6.2 Οι οικονομικές συγκεντρώσεις	283
6.2.1 Οι οριζόντιες συγκεντρώσεις.....	284
6.2.2 Οι κάθετες συγκεντρώσεις.....	286
6.2.2.1 Η περίπτωση του Preussag	288
6.2.3 Οι στρατηγικές και οι τάσεις	290
6.3 Οι διεθνείς μη κυβερνητικές οργανώσεις	291
6.4 Οι Tour-Operators	292
6.4.1 Ο ορισμός του Tour-Operator	293

6.4.2 Ο ορισμός του τουριστικού πακέτου/οργανωμένου ταξιδιού.....	294
6.4.3 Οι στρατηγικές των Tour-Operators	300
6.4.3.1 Η στρατηγική της εξειδίκευσης.....	300
6.4.3.2 Η στρατηγική της γενίκευσης	301
6.4.4 Η ευρωπαϊκή αγορά των Tour-Operators.....	302
6.5 Η παραγωγή και η διανομή των νέων τουριστικών προϊόντων.....	303
6.5.1 Η είσοδος των «νέων εμπλεκομένων»	304
6.5.2 Η παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων	305
6.5.2.1 Ο σχεδιασμός και η μορφή των νέων προϊόντων	305
6.5.2.2 Η πώληση και τα νέα δίκτυα διανομής.....	307
6.5.2.3 Μάρκετινγκ, διαφήμιση και πληροφόρηση	308
6.6 Η οικονομική αποδοτικότητα της τουριστικής επιχείρησης.....	309
6.7 Ο «e-tourism»	311
ΜΕΡΟΣ Δ΄. Οι οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. Τουρισμός και εθνική οικονομία.....	315
7.1 Οι δυσκολίες οικονομικής προσέγγισης του τουριστικού τομέα	321
7.1.1 Η προσέγγιση του T. Veblen	326
7.1.2 Η δυσκολία οριοθέτησης του πεδίου οικονομικής ανάλυσης του τουρισμού.....	327
7.1.3 Το πρόβλημα της συλλογής των στατιστικών δεδομένων	329
7.1.4 Η περιοριστική αντίληψη της οικονομικής σημασίας του τουρισμού.....	329
7.1.5 Οι δυσκολίες εφαρμογής ενός κοινά αποδεκτού «Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού» στις χώρες υποδοχής	330
7.2 Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	331
7.2.1 Οι δυσκολίες εκτίμησης των μικτών τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων.....	331
7.2.1.1 Η άμεση μέθοδος	331
7.2.1.2 Η έμμεση μέθοδος.....	333
7.2.2 Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις.....	334
7.2.3 Η μελέτη περίπτωσης των Λιγότερο Αναπτυγμένων Χωρών (ΛΑΧ).....	337
7.3 Ο διεθνής τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών	338
7.3.1 Ο τουριστικός τομέας και το ισοζύγιο πληρωμών.....	340
7.3.1.1 Οι τουριστικές δαπάνες οι οποίες περιλαμβάνονται ή αποκλείονται από το λογαριασμό «ταξίδια»	342
7.3.1.2 Οι δυσκολίες εκτίμησης των διεθνών τουριστικών συναλλαγών.....	343
7.4 Η οικονομική προσέγγιση του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών	344
7.4.1 Η προσέγγιση του ΠΟΤ.....	346
7.5 Η τουριστική κατανάλωση	347
7.5.1 Η τυπολογία της τουριστικής κατανάλωσης	351
7.5.2 Κατηγορίες και σύνθεση των δαπανών της τουριστικής κατανάλωσης	355
7.5.3 Η ταξινόμηση της τουριστικής κατανάλωσης βάσει των συσσωρευτικών μεγεθών ΤΟ, ΤΙ, Τ2 και Τ3.....	358
7.5.4 Η μέτρηση των τουριστικών καταναλωτικών δαπανών.....	360
7.5.5 Τουριστική κατανάλωση και ύψος εισοδημάτων.....	361
7.5.6 Μοντέλα σχετιζόμενα με τη θεωρία της κατανάλωσης	364
7.6 Η τουριστική παραγωγή	365

7.6.1 Η φύση των διαμορφούμενων σχέσεων μεταξύ τουριστικού τομέα και άλλων κλάδων της οικονομίας	367
7.6.2 Η ταξινόμηση των τουριστικών παραγωγικών δραστηριοτήτων.....	368
7.6.3 Τα μοντέλα μέτρησης της τουριστικής παραγωγής	370
7.7 Η προστιθέμενη αξία του τουρισμού	372
7.7.1 Η προστιθέμενη αξία του τουρισμού και το ΑΕΠ	373
7.7.2 Οι δυσκολίες προσδιορισμού της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού	375
7.7.3 Οι μέθοδοι προσδιορισμού της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού	376
7.7.3.1 Εφαρμογή της μεθόδου της άμεσης προστιθέμενης αξίας στην περιοχή του Midi-Pyrenées (Γαλλία)	379
7.7.3.2 Εφαρμογή της μεθόδου της έμμεσης προστιθέμενης αξίας στη νήσο Γουαδελούπη	380
7.8 Οι πληθωριστικές τάσεις	381
7.8.1 Ο πληθωρισμός της ζήτησης	382
7.8.2 Ο πληθωρισμός του κόστους	384
7.8.3 Η προσέγγιση του R. Erbes	385
7.9 Οι τουριστικές επενδύσεις	386
7.9.1 Η οικονομική αποδοτικότητα των τουριστικών επενδύσεων	388
7.9.2 Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα	389
7.9.2.1 Τα κριτήρια επένδυσης.....	390
7.9.2.2 Η οικονομική αποδοτικότητα	391
7.9.3 Η ανάλυση κόστους-οφέλους (cost-benefits analysis)	393
7.9.4 Οι μακροοικονομικές επιδράσεις των τουριστικών επενδύσεων	394
7.10 Η τουριστική απασχόληση	395
7.10.1 Οι τύποι τουριστικής απασχόλησης.....	396
7.10.2 Η ποσοτική και η ποιοτική προσέγγιση της τουριστικής απασχόλησης.....	397
7.10.2.1 Η ποσοτική προσέγγιση	398
7.10.2.1.1 Ο προσδιορισμός της άμεσης τουριστικής απασχόλησης.....	398
7.10.2.1.2 Ο προσδιορισμός της απορρέουσας τουριστικής απασχόλησης	400
7.10.2.2 Η ποιοτική προσέγγιση	402
7.10.2.2.1 Τα χαρακτηριστικά της «κλασικής ή τυπικής τουριστικής απασχόλησης»	403
7.10.2.2.2 Τα χαρακτηριστικά της «μη κλασικής ή άτυπης τουριστικής απασχόλησης»	405
7.10.3 Η εποχικότητα της τουριστικής απασχόλησης	406
7.10.4 Η οικονομική ανάλυση της τουριστικής απασχόλησης.....	407
7.10.4.1 Η ενσωμάτωση της απασχόλησης στους Δορυφόρους Λογαριασμούς Τουρισμού.....	409
7.11 Ο μακροοικονομικός ρόλος του κράτους	410
7.11.1 Οι δράσεις της γενικής οικονομικής πολιτικής	411
7.11.2 Οι ειδικές δράσεις του τουριστικού τομέα	412
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Μέθοδοι εκτίμησης/μέτρησης	415
8.1 Οι μέθοδοι εκτίμησης/μέτρησης των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού.....	415
8.1.1 Τα κριτήρια εκτίμησης των μεθόδων μέτρησης.....	416

8.2 Οι Οικονομικοί Λογαριασμοί Τουρισμού (ΟΛΤ).....	418
8.2.1 Τα προβλήματα εφαρμογής των Οικονομικών Λογαριασμών Τουρισμού	420
8.3 Ο Λογαριασμός Εξωτερικών Σχέσεων (ΛΕΣ)	420
8.3.1 Η μεθοδολογική προσέγγιση του Λογαριασμού Εξωτερικών Σχέσεων	422
8.3.2 Η διάρθρωση του Λογαριασμού Εξωτερικών Σχέσεων	424
8.4 Τα τουριστικά ισοζύγια του ΠΟΤ	426
8.5 Οι πίνακες εισροών-εκροών	427
8.5.1 Η τεχνική ανάλυση των πινάκων εισροών-εκροών	428
8.5.1.1 Ο πίνακας των συναλλαγών	428
8.5.1.2 Ο πίνακας των τεχνικών συντελεστών.....	431
8.5.1.3 Η αντίστροφη μήτρα των τεχνικών συντελεστών	433
8.5.2 Οι περιοριστικοί παράγοντες επεξεργασίας, εφαρμογής και χρήσης των πινάκων εισροών-εκροών.....	435
8.5.3 Το μοντέλο εισροών-εκροών και ο υφιστάμενος επιστημονικός διάλογος.....	436
8.5.4 Τα πολυπεριφερειακά-πολυτομεακά μοντέλα εισροών-εκροών	437
8.5.4.1 Μια μελέτη εφαρμογής (Ιταλία)	437
8.6 Τα οικονομετρικά μοντέλα και η συνδυαστική προσέγγιση.....	439
8.7 Ο τουριστικός πολλαπλασιαστής	441
8.7.1 Οι διάφοροι τύποι πολλαπλασιαστών	442
8.7.1.1 Ο πολλαπλασιαστής παραγωγής	443
8.7.1.2 Ο πολλαπλασιαστής του εισοδήματος.....	444
8.7.1.3 Ο πολλαπλασιαστής της απασχόλησης.....	445
8.7.1.4 Ο πολλαπλασιαστής των συναλλαγών	447
8.7.2 Η χρήση των τουριστικών πολλαπλασιαστών	447
8.7.3 Τα μεθοδολογικά προβλήματα υπολογισμού του τουριστικού πολλαπλασιαστή	450
8.7.3.1 Η μέθοδος υπολογισμού του τουριστικού πολλαπλασιαστή, σύμφωνα με τον Zinder	450
8.7.4 Οι περιορισμοί εφαρμογής του πολλαπλασιαστή.....	454
8.8 Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού (ΑΛΤ).....	455
8.8.1 Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού της Γαλλίας	456
8.8.1.1 Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις και το περιεχόμενο του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού	456
8.8.1.2 Οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού	457
8.8.1.3 Οι αδυναμίες εφαρμογής του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού....	461
8.8.2 Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού του Καναδά	461
8.8.3 Οι προσπάθειες εμβάθυνσης της μελέτης και της διεθνούς ομογενοποίησης των ΔΛΤ, υπό την εποπτεία του ΠΟΤ (Διασκέψεις της Νίκαιας το 1999 και του Βανκούβερ το 2001).....	462
8.8.4 Το προτεινόμενο μεθοδολογικό πλαίσιο ενός Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού (ΠΟΤ 2000, Μαδρίτη)	464
Συμπεράσματα	471
Κατάλογος πινάκων	477
Κατάλογος διαγραμμάτων και χαρτών.....	479
Κυριότερες συντομογραφίες.....	481
Βιβλιογραφία	483
Ευρετήριο όρων.....	497