
περιεχόμενα

Κεφ. 1: Εισαγωγή *Μάριος Σωτηριάδης, Ιωάννα Φαρσάρη* **23**

- 1.1. Σκοπός και Στόχοι του Συλλογικού Τόμου 23
- 1.2. Προσέγγιση και Διαπραγματευόμενη Θεματολογία 25
- 1.3. Περιεχόμενα του Τόμου 26

Ενότητα 1: Έννοιες και Οριοθετήσεις

Κεφ. 2: Εννοιολογικές Προσεγγίσεις *Ιωάννα Φαρσάρη* **37**

- 2.1. Εισαγωγή 38
- 2.2. Εξέλιξη των Αντιλήψεων για την Τουριστική Ανάπτυξη, τον Εναλλακτικό Τουρισμό και την Αειφόρο Τουριστική Ανάπτυξη 39
- 2.3. Εναλλακτικός Τουρισμός 41
- 2.4. Ειδικές Μορφές Τουρισμού 47
- 2.5. Συμπεράσματα 49

Κεφ. 3: Αναγκαιότητα Επιχειρησιακού Περιεχομένου και Κατάλληλης Προσέγγισης των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού *Μάριος Σωτηριάδης* **55**

- 3.1. Τουριστικός Προορισμός και Ε.Ε.Μ.Τ. 56
 - 3.1.1. Τουριστικός προορισμός. 57

3.1.2.	Management τουριστικού προορισμού	58
3.2.	Μεθοδολογική Προσέγγιση	59
3.2.1.	Οι διάφορες προσεγγίσεις σχεδιασμού	60
3.2.2.	Συνεργασίες για management τουριστικού προορισμού	61
3.3.	Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας	63
3.3.1.	Προϊόντα	63
3.3.2.	Έρευνα, πληροφόρηση και γνώση	64
3.3.3.	Marketing	64
3.3.4.	Συνεργασία	65
3.3.5.	Λοιποί παράγοντες	65
3.4.	Μελέτη Περίπτωσης: Ειδικό Σχέδιο Δράσης στα Πλαίσια της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader +	66
3.4.1.	Προγραμματικό πλαίσιο και μεθοδολογία σχεδιασμού	66
3.4.2.	Το Ειδικό Σχέδιο Δράσης για τον Αγροτουρισμό	67
3.5.	Συμπεράσματα	73

Ενότητα 2: Σχεδιασμός Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Κεφ. 4: Μέθοδοι και Εργαλεία Σχεδιασμού των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Ελένη Σβορώνου, Μαρίνα Συμβουλίδου

81

4.1.	Εισαγωγή	82
4.2.	Μέθοδοι και Εργαλεία Σχεδιασμού, Παρακολούθησης και Διαχείρισης των Ε.Ε.Μ.Τ. Η Έννοια της Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας	84
4.3.	Από το "Μαγικό Αριθμό Επισκεπτών" στην Ολοκληρωμένη Διαχείριση του Προορισμού και τη Διαχείριση Επισκεπτών	86
4.4.	Συμπεράσματα	100

Κεφ. 5: Διεθνείς και Ελληνικές Εμπειρίες Σχεδιασμού

Ιωάννα Φαρσάρη

106

5.1.	Εισαγωγή	107
5.2.	Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης.	108
5.3.	Μελέτες Περίπτωσης.	110
5.3.1.	Διανομαρχιακό τουριστικό δίκτυο Πελοποννήσου	110
5.3.2.	Μοντέλο βελτιστοποίησης διαχείρισης τουρισμού (TOMM) – Νησί Καγκουρό, Αυστραλία.	119
5.4.	Συμπεράσματα.	125

Κεφ. 6: Ο Ρόλος και η Συνεισφορά των Τοπικών, Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών

Θεόδωρος Α. Σταυρινούδης, Σπυρίδων Π. Παρθένης

127

6.1.	Η σημασία των Τοπικών, Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών στον Τουριστικό Σχεδιασμό και την Τουριστική Ανάπτυξη	128
6.2.	Ο Ρόλος και η Συνεισφορά των Τοπικών, Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών στην Ανάπτυξη των Ε.Ε.Μ.Τ.: Η Διεθνής Εμπειρία	130
6.3.	Ο Ρόλος και η Συνεισφορά των Τοπικών, Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών στην Ανάπτυξη των Ε.Ε.Μ.Τ.: Η Ελληνική Εμπειρία	135
6.3.1.	Οι εθνικοί φορείς	135
6.3.2.	Οι περιφερειακοί φορείς	137
6.3.3.	Οι τοπικοί φορείς	138
6.3.4.	Εκπαίδευση και κατάρτιση στις Ε.Ε.Μ.Τ.	138
6.3.5.	Παροχή κινήτρων για επενδύσεις στις Ε.Ε.Μ.Τ.	140
6.3.6.	Επιλεγμένα σύγχρονα παραδείγματα ανάπτυξης Ε.Ε.Μ.Τ. στην Ελλάδα.	140
6.4.	Κρίσιμες Παράμετροι Σχετιζόμενες με το Ρόλο των Τοπικών Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών στην Ανάπτυξη των Ε.Ε.Μ.Τ.	142
6.5.	Συμπεράσματα	144

Ενότητα 3: Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού και Ανάπτυξη

Κεφ. 7: Η Συνεισφορά των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού στην Ανάπτυξη της Τουριστικής Δραστηριότητας *Στέλιος Βαρβαρέσος* **151**

7.1.	Εισαγωγή	152
7.2.	Η κρίση του Μοντέλου Οργάνωσης του Μαζικού Τουρισμού	153
7.3.	Η Τουριστική Εξειδίκευση και η Ανάπτυξη των Ε.Ε.Μ.Τ.	155
7.3.1	Η τουριστική εξειδίκευση	155
7.4.	Οι Χωρο-χρονικές Συγκεντρώσεις	160
7.4.1.	Η εποχικότητα	160
7.4.2.	Οι χωρικές συγκεντρώσεις	160
7.4.3.	Οι επιπτώσεις	161
7.4.4.	Οι χωρικές ενότητες υποδοχής	162
7.5.	Οι Επιδράσεις των Ε.Ε.Μ.Τ. στην Οικονομία, στην Κοινωνία και στο Φυσικό Περιβάλλον	164
7.5.1.	Οικονομικές επιδράσεις	164
7.5.2.	Κοινωνικές/πολιτιστικές επιδράσεις	165
7.5.3.	Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις	166
7.5.4.	Προβλήματα οικονομικής ανάπτυξης των Ε.Ε.Μ.Τ.	167
7.6.	Η Περίπτωση της Πόλης Jacmel στην Αϊτή	168
7.6.1.	Ο τουρισμός στην Αϊτή	168
7.6.2.	Η πόλη της Jacmel	168
7.7.	Συμπεράσματα	171

Κεφ. 8: Η Συνεισφορά των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών στην Τοπική και Νησιωτική Ανάπτυξη *Ιωάννης Σπιλιάνης, Ελένη Βαγιάννη* **174**

8.1.	Εισαγωγή	175
8.2.	Βιώσιμη Ανάπτυξη – Βιώσιμος Τουρισμός	177
8.3.	Ειδικά Τουριστικά Προϊόντα	180
8.4.	Απόδοση των Ειδικών Τουριστικών Προϊόντων της Λέσβου	181
8.4.1.	Προφίλ τουριστών	181

8.4.2.	Οικονομική απόδοση	183
8.4.3.	Κοινωνική απόδοση	186
8.4.4.	Περιβαλλοντική απόδοση	186
8.5.	Αξιολόγηση Ειδικών Τουριστικών Προϊόντων της Λέσβου	189
8.6.	Συζήτηση	192
8.7.	Συμπεράσματα	194

**Κεφ. 9: Ευρωπαϊκή Ένωση και Χρηματοδοτικό Πλαίσιο
Ενίσχυσης των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών
Τουρισμού**

Δημήτρης Λαγός **198**

9.1.	Εισαγωγή	199
9.2.	Οι Διάφορες Μορφές Χρηματοδότησης	201
9.2.1.	Η εσωτερική χρηματοδότηση	201
9.2.2.	Η εξωτερική χρηματοδότηση	202
9.2.3.	Εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης	203
9.3.	Η Χρηματοδότηση της Τουριστικής Δραστηριότητας σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο	205
9.3.1.	Ευρωπαϊκά ταμεία	205
9.3.2.	Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων	206
9.4.	Η Χρηματοδότηση των Ε.Ε.Μ.Τ. στην Ελλάδα	207
9.4.1.	Κρατική χρηματοδότηση: μέτρα και μηχανισμοί παρέμβασης	209
9.4.2.	Κοινοτικοί πόροι	211
9.5.	Συμπεράσματα	212

**Ενότητα 4:
Management των Επιχειρήσεων Εναλλακτικών και
Ειδικών Μορφών Τουρισμού**

**Κεφ. 10: Οργάνωση και Διοίκηση Λειτουργιών στις
Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού**

Ευστάθιος Βελισσαρίου **219**

10.1.	Παράμετροι Προσδιορισμού του Ήπιου Τουρισμού	220
10.2.	Προβλήματα Αγροτουριστικών Επιχειρήσεων	222

10.3.	Σχεδιασμός και Δημιουργία Επιχειρήσεων Ε.Ε.Μ.Τ.	224
10.3.1.	Έρευνα αγοράς	224
10.3.2.	Υποδομή – Επένδυση	225
10.4.	Φάση Λειτουργίας της Επιχείρησης	229
10.4.1.	Οργάνωση με βάση τη διασφάλιση της ποιότητας.	229
10.4.2.	Οργάνωση λειτουργίας στο πλαίσιο του ήπιου τουρισμού.	231
10.4.3.	Οργάνωση πωλήσεων	232
10.4.4.	Αποτελεσματική διοίκηση προσωπικού	233
10.5.	Έλεγχος Ποιότητας και Ικανοποίησης Πελατών	235
10.5.1.	Έλεγχος λειτουργιών	236
10.5.2.	Επιθεώρηση και δοκιμές	237
10.6.	Μελέτη Περίπτωσης: Το Συνεδριακό Κέντρο "Διάσελο" στο Μέτσοβο.	238
10.7.	Συμπεράσματα	240

Κεφ. 11: Ποιότητα Υπηρεσιών και Φροντίδα Πελατών στις Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού

Ελένη Γλονιά

243

11.1.	Ποιότητα Υπηρεσιών και Φροντίδα Πελατών στις Ε.Ε.Μ.Τ.	244
11.1.1.	Ο πελάτης.	245
11.1.2.	Η επιχείρηση	246
11.2.	Υπηρεσίες και Ποιότητα	249
11.2.1.	Ποιότητα και προδιαγραφές.	250
11.2.2.	Αξιολόγηση ποιότητας	251
11.2.3.	Marketing σχέσεων	254
11.2.4.	Η υπηρεσία σαν εμπειρία.	255
11.3.	Το Μοντέλο SERVQUAL και Ενσυναίσθηση	256
11.4.	Γενικά Περί Αξιολόγησης	259
11.5.	Συμπεράσματα	260

Κεφ. 12: Προσεγγίσεις και Εργαλεία Management

Ειρήνη Δήμου, Εσθήρ Πιτσούλη

264

12.1.	Εισαγωγή	265
12.2.	Εργαλεία Management	266
12.2.1.	Συμμαχίες και συνεργασίες	266

12.2.2. Κοινοπραξίες	270
12.2.3. Δικτύωση μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων	271
12.2.4. Μοντέλα διασφάλισης ποιότητας	274
12.3. Μελέτες Περίπτωσης.	276
12.3.1. Μελέτη περίπτωσης 1η: Διαπεριφερειακή συνεργασία μεταξύ ομάδων τοπικής δράσης στα πλαίσια της κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER PLUS.	276
12.3.2. Μελέτη Περίπτωσης 2η: Κριτήρια επιλογής μελών στο δίκτυο Guest Inn	279
12.4. Συμπεράσματα	280

Κεφ. 13: Εργαλεία Περιβαλλοντικού Management

Μάριος Σωτηριάδης

283

13.1. Εισαγωγή	284
13.2. Χρήσιμα Εργαλεία του Περιβαλλοντικού Management	286
13.2.1. Σύστημα περιβαλλοντικού management	286
13.2.2. Συστήματα περιβαλλοντικού management: ISO 14000 και EMAS.	288
13.2.3. Οικολογική πιστοποίηση/σήμανση	292
13.2.4. Συγκριτική αξιολόγηση ή προτυποποίηση (benchmarking).	295
13.3. Μελέτη Περίπτωσης: το Έργο "Πράσινη Δραχμή ΙΙ".	296
13.3.1. Συνολική και συνοπτική φυσιογνωμία του έργου	296
13.3.2. Ecolabel: Ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα για τουριστικά καταλύματα	298
13.3.3. Το EUREPGAP στην αγροτική παραγωγή.	299
13.3.4. Τα πρότυπα ISO 14001 και EMAS σε βιομηχανίες - βιοτεχνίες τροφίμων	300
13.3.5. Συγκριτική αξιολόγηση	301
13.3.6. Αποτελέσματα του έργου και συμπεράσματα.	301
13.4. Συμπεράσματα	302

Ενότητα 5: Marketing των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Κεφ. 14: Στρατηγικές Marketing των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Βασιλική Αυγελή, Eugenia Wickens

309

14.1. Εισαγωγή	310
14.2. Marketing Τουριστικών Υπηρεσιών	311
14.3. Στρατηγικές Marketing Ε.Ε.Μ.Τ.	313
14.3.1. Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	313
14.3.2. Εναλλακτικές στρατηγικές marketing	314
14.3.3. Έρευνα marketing και έρευνα αγοράς	314
14.3.4. Στρατηγική τμηματοποίησης και επιλεκτικό marketing	321
14.3.5. Στρατηγικό σχέδιο marketing	323
14.4. Συμπεράσματα	326

Κεφ. 15: Εφαρμόζοντας το Σχεδιασμό Marketing για τις Ειδικές Μορφές Τουρισμού στην Πράξη

Δημήτρης Κούτουλας

330

15.1. Εισαγωγή	331
15.2. Συνεδριακή "Βιομηχανία" και Τουρισμός	332
15.3. Η Προσφορά στη Συνεδριακή Αγορά	333
15.4. Η Ζήτηση Συνεδριακών Υπηρεσιών	334
15.5. Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα	335
15.6. Οι Ιδιαιτερότητες του Marketing στη Συνεδριακή Αγορά	336
15.7. Τα Βήματα στο Σχεδιασμό του Συνεδριακού Marketing	337
15.7.1. Έρευνα marketing	339
15.7.2. Εκπόνηση στρατηγικής marketing	340
15.7.3. Σχέδιο δράσης – Μείγμα marketing συνεδριακού προορισμού	344
15.7.4. Προϋπολογισμός και έλεγχος	349
15.7.5. Φορείς συνεδριακού marketing	349

Κεφ. 16: Η Συνεισφορά των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στο Marketing Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Κωστής Αϊβαλής

352

16.1. Εισαγωγή	353
16.2. Τεχνολογίες Πληροφορικής, Επικοινωνιών και Marketing	354
16.2.1. Τεχνολογίες και τάσεις	355
16.2.2. Επιδράσεις των Τ.Π.Ε. στο marketing τουριστικών υπηρεσιών	356
16.2.3. Τάσεις στην αγορά	360
16.3. Μελέτη Περίπτωσης: Ένα Θεματικό Portal	362
16.3.1. Εισαγωγή	362
16.3.2. Παρουσίαση στόχων και πληροφόρησης του θεματικού portal	363
16.3.3. Ανάλυση χρηστών	365
16.3.4. Ανάλυση αναγκών και απαιτήσεων χρηστών	367
16.4. Συμπεράσματα	368

Κεφ. 17: Το Μέλλον και οι Προοπτικές των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού: Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας

Ιωάννα Φαρσάρη, Μάριος Σωτηριάδης

373

17.1. Εισαγωγή	374
17.2. Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας στις Ε.Ε.Μ.Τ.	375
17.2.1. Εννοιολογικός προσδιορισμός των Ε.Ε.Μ.Τ.	375
17.2.2. Σχεδιασμός	376
17.2.3. Έρευνα	378
17.2.4. Καταναλωτική συμπεριφορά επισκεπτών και marketing	380
17.2.5. Μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις και management	381
17.2.6. Management και marketing προορισμών: συνεργασίες και δικτύώσεις	382

17.2.7. Θεσμικό πλαίσιο – Οργάνωση	383
17.2.8. Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών.	384
17.3. Συμπεράσματα	386