
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 Σπιλάνης, 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 II". | 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 |