

ΣΤΕΛΙΟΣ ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ

# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ του ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εννοιολογικές, θεωρητικές  
και μεθοδολογικές προσεγγίσεις  
από τον 19<sup>ο</sup> έως τον 21<sup>ο</sup> αιώνα



Εκδόσεις  
ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	15
---------------	----

### ΜΕΡΟΣ Α΄

#### ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

<b>Κεφάλαιο 1ο. Διαχρονική Επισκόπηση των Εξελικτικών Φάσεων.....</b>	<b>21</b>
1.1. Η αρχαιότητα.....	22
1.1.1. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα.....	25
1.2. Ο Μεσαίωνας.....	27
1.3. Η Αναγέννηση.....	28
1.4. Ο 19ος αιώνας.....	29
1.4.1. Ο Thomas Cook.....	31
1.5. Ο τουρισμός των «rentiers» (εισοδηματιών).....	34
1.6. Η περίοδος 1905-1935.....	35
1.7. Ο μαζικός τουρισμός.....	36
1.8. Οι τρεις διακριτές χρονικές περίοδοι του μαζικού τουρισμού (Α΄, Β΄, Γ΄).....	40
1.8.1. Η πρώτη περίοδος: 1950 έως 1970-1975 (Α΄).....	41
1.8.2. Η δεύτερη περίοδος: 1970-1975 έως 2000 (Β΄).....	43
1.8.3. Η τρίτη περίοδος: 2000 έως σήμερα (Γ΄).....	46

<b>Κεφάλαιο 2ο. Εννοιολογικές Προσεγγίσεις.....</b>	<b>50</b>
2.1. Οι δυσκολίες οριοθέτησης του τουριστικού φαινομένου.....	50
2.2. Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουρίστα: οι ορισμοί.....	55
2.3. Διάκριση «τουρίστα» και «ταξιδιώτη».....	61
2.4. Η στατιστική ανάλυση του τουρισμού.....	65
2.5. Η ομογένεια των στατιστικών στοιχείων.....	68
2.6. Η σύγχρονη θεώρηση του τουρίστα-καταναλωτή.....	73
2.6.1. Η πληροφόρηση των τουριστών-καταναλωτών.....	74
2.6.2. Η κρίση κατανάλωσης.....	75
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.....	82

### ΜΕΡΟΣ Β΄

#### Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

<b>Κεφάλαιο 3ο. Ιδιομορφίες, Χαρακτηριστικά και Προσδιοριστικοί Παράγοντες.....</b>	<b>87</b>
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.....	107
3.3. Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών.....	109
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. Η εκτίμηση της τουριστικής ζήτησης.....	121
3.6. Η ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης.....	123
3.7. Η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.....	126
3.7.1. Οι συνέπειες.....	127
3.7.2. Οι δείκτες, οι μέθοδοι και τα μοντέλα μέτρησης της εποχικότητας.....	129
3.7.2.1. Οι δείκτες συγκέντρωσης (concentration indexes).....	130
3.7.2.2. Οι δείκτες ανισότητας (inequality indexes).....	131
3.7.2.3. Το πολλαπλασιαστικό μοντέλο (multiplicative model).....	132
3.7.3. Η επιμήκυνση της περιόδου των διακοπών.....	133
3.7.4. Η πολυδιάσπαση του χρόνου διακοπών.....	133
3.8. Οι καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	136
3.9. Οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες.....	141
3.9.1. Ο ελεύθερος χρόνος.....	142
3.9.2. Οι δημογραφικοί παράγοντες.....	144
3.9.2.1. Η αστικοποίηση.....	144
3.9.2.2. Η ηλικία.....	146
3.9.2.3. Η αύξηση του επιπέδου κατάρτισης.....	147
3.9.2.4. Η δομή του νοικοκυριού.....	147
3.9.3. Το εισόδημα.....	147
3.9.3.1. Η ελαστικότητα του εισοδήματος.....	149
3.9.4. Η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία.....	150
3.9.5. Οι τιμές.....	150
3.9.5.1. Οι τιμές του πετρελαίου και οι διεθνείς τουριστικές ροές.....	157
3.9.6. Ο διεθνής ανταγωνισμός.....	158
3.9.7. Το τουριστικό προϊόν.....	161
3.9.7.1. Η απελευθέρωση των αερομεταφορών.....	162
3.10. Οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες.....	163
3.11. Οι κοινωνικο-ανθρωπολογικοί παράγοντες.....	170



3.11.1. Η κινητικότητα.....	171
3.11.2. Η εμπιστοσύνη και η διασφάλισή της.....	171
3.11.3. Οι αξίες του «οικείου» .....	172
3.11.4. Ο πολιτισμός της αυθεντικότητας.....	172
3.11.5. Ο πολιτισμός της αυθεντικότητας και η πολιτιστική κληρονομιά.....	173
3.12. Οι τεχνικοί παράγοντες: οι νέες τεχνολογίες .....	174
3.13. Οι πολιτικοί παράγοντες.....	178
3.13.1. Οι ενέργειες των κρατικών οργανισμών .....	178
3.13.2. Η ασφάλεια .....	178
<b>Κεφάλαιο 4ο. Τυπολογίες, Προβλέψεις και Τάσεις .....</b>	<b>181</b>
4.1. Οι τυπολογίες του τουρίστα.....	181
4.1.1. Η τυπολογία του J. Abbey.....	181
4.1.2. Η τυπολογία του E. Cohen .....	182
4.1.3. Η τυπολογία των R. Languar και R. Hollier .....	183
4.1.4. Η τυπολογία του S. Plog.....	185
4.1.5. Η τυπολογία των W. Perreault, D. Darden και W. Darden .....	188
4.1.6. Η τυπολογία της American Express .....	188
4.1.7. Η τυπολογία του συστήματος Vals .....	190
4.1.8. Άλλες τυπολογίες του τουρίστα .....	191
4.1.9. Η κριτική προσέγγιση των τυπολογιών του τουρίστα .....	192
4.2. Η τυπολογία του τουρισμού .....	193
4.3. Προσέγγιση ενός μοντέλου σύγχρονων διακοπών.....	197
4.3.1. Συσχετισμός του μοντέλου των σύγχρονων διακοπών και των περιόδων του τουρισμού.....	199
4.4. Οι μέθοδοι πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης .....	201
4.4.1. Τα μοντέλα παλινδρόμησης και τα μοντέλα βαρύτητας .....	204
4.4.1.1. Τα μοντέλα παλινδρόμησης.....	205
4.4.1.2. Τα μοντέλα βαρύτητας.....	206
4.4.2. Τα διαρθρωτικά μοντέλα .....	207
4.4.3. Τα οικονομετρικά μοντέλα.....	208
4.4.4. Τα μοντέλα των «δικτύων των τεχνητών νευρώνων» .....	210
4.4.5. Οι περιορισμοί εφαρμογής των μεθόδων πρόβλεψης» .....	211
4.5. Οι νέες τάσεις της τουριστικής ζήτησης .....	212

## ΜΕΡΟΣ Γ΄

### Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

#### Κεφάλαιο 5ο. Χαρακτηριστικά, Τυπολογίες και Διάρθρωση

των Δομών της Υποδοχής .....	217
5.1. Η ετερογένεια του τουριστικού προϊόντος .....	219
5.2. Η τυπολογία των τουριστικών προϊόντων .....	222
5.3. Η προσέγγιση του F. Munoz de Escalona .....	227

5.4. Οι ιδιομορφίες και τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος .....	229
5.5. Τα κύρια στοιχεία του τουριστικού προϊόντος .....	234
5.5.1. Τα βασικά συνθετικά στοιχεία .....	234
5.5.2. Το άμεσο περιβάλλον .....	236
5.5.3. Ο πληθυσμός υποδοχής.....	237
5.5.4. Η αισθητική ικανοποίηση και η «animation» .....	237
5.5.5. Οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις.....	238
5.5.6. Οι υποδομές των μεταφορικών μέσων .....	239
5.6. Τα τουριστικά καταλύματα.....	240
5.6.1. Η ξενοδοχία.....	241
5.6.2. Η εφαρμογή του μοντέλου «παγίδα για τουρίστες» (Piège à touristes) στην ξενοδοχία.....	241
5.7. Οι σύγχρονοι τύποι τουριστικών προϊόντων.....	243
5.7.1. Το τουριστικό προϊόν μιας γεωγραφικής ενότητας .....	243
5.7.2. Το προϊόν «τουριστικό πακέτο» (package tour) .....	245
5.7.3. Το τουριστικό προϊόν τύπου «σταθμός-θέρετρο» .....	245
5.7.4. Το τουριστικό προϊόν τύπου «εκδηλώσεις».....	246
5.7.5. Τα ιδιόμορφα τουριστικά προϊόντα.....	246
5.7.6. Τα τουριστικά προϊόντα «ανακάλυψη» και «απόδραση» .....	246
5.7.6.1. Το τουριστικό προϊόν «ανακάλυψη» .....	247
5.7.6.2. Το τουριστικό προϊόν «απόδραση».....	248
5.8. Η χωρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς.....	249
5.8.1. Οι δείκτες εντοπισμού της τουριστικής δραστηριότητας.....	253
5.8.2. Ο δείκτης τουριστικής λειτουργίας.....	254
5.8.3. Ο δείκτης συμμετοχής του τουρισμού στον τριτογενή τομέα της οικονομίας ...	255
5.8.4. Το μέσο ποσοστό άνεσης .....	256
5.8.5. Η τουριστική χωρητικότητα .....	256
5.8.6. Η τουριστική και η ξενοδοχειακή πυκνότητα.....	257
5.8.7. Η ξενοδοχειακή εντατικότητα .....	257
5.8.8. τα μοντέλα της φέρουσας ικανότητας.....	258
5.9. Τα στοιχεία της τουριστικής προσφοράς ως καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής εξειδίκευσης.....	259
5.9.1. Οι παραγωγικοί συντελεστές.....	260
5.9.2. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα.....	261
5.9.3. Η έννοια της ποιότητας .....	261
5.9.3.1. Η σχέση τιμής-ποιότητας.....	262

## **Κεφάλαιο 6ο. Οικονομική Οργάνωση των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Ενδιάμεσοι του Τουριστικού Κυκλώματος .....**

6.1. Η σύγχρονη οργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων .....	264
6.1.1. Οι ανεξάρτητες αλυσίδες.....	264
6.1.2. Οι εξαρτημένες αλυσίδες.....	265

6.1.3. Οι τεχνικο-εμπορικές συμμαχίες.....	265
6.2. Οι οικονομικές συγκεντρώσεις .....	268
6.2.1. Οι οριζόντιες συγκεντρώσεις .....	268
6.2.2. Οι κάθετες συγκεντρώσεις.....	270
6.2.2.1. Η περίπτωση του Preussag.....	272
6.2.3. Οι στρατηγικές και οι τάσεις.....	274
6.3. Οι διεθνείς μη κυβερνητικές οργανώσεις .....	275
6.4. Οι Tour-Operators .....	276
6.4.1. Ο ορισμός του Tour-Operator.....	276
6.4.2. Ο ορισμός του τουριστικού πακέτου/οργανωμένου ταξιδιού.....	279
6.4.3. Οι στρατηγικές των Tour-Operators .....	283
6.4.3.1. Η στρατηγική της εξειδίκευσης.....	284
6.4.3.2. Η στρατηγική της γενίκευσης.....	285
6.4.4. Η ευρωπαϊκή αγορά των Tour-Operators.....	285
6.5. Η παραγωγή και η διανομή των νέων τουριστικών προϊόντων.....	287
6.5.1. Η είσοδος των «νέων εμπλεκόμενων».....	287
6.5.2. Η παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων .....	288
6.5.2.1. Ο σχεδιασμός και η μορφή των νέων προϊόντων .....	288
6.5.2.2. Η πώληση και τα νέα δίκτυα διανομής.....	290
6.5.2.3. Μάρκετινγκ, διαφήμιση και πληροφόρηση.....	291
6.6. Ο «e-tourism» .....	292

## ΜΕΡΟΣ Δ΄

### ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

<b>Κεφάλαιο 7ο. Τουρισμός και Εθνική Οικονομία.....</b>	<b>296</b>
7.1 Οι δυσκολίες οικονομικής προσέγγισης του τουριστικού τομέα .....	302
7.1.1. Η προσέγγιση του T. Veblen.....	307
7.1.2. Η δυσκολία οριοθέτησης του πεδίου οικονομικής ανάλυσης του τουρισμού....	308
7.1.3. Το πρόβλημα της συλλογής των στατιστικών δεδομένων.....	309
7.1.4. Η περιοριστική αντίληψη της οικονομικής σημασίας του τουρισμού .....	309
7.1.5. Οι δυσκολίες εφαρμογής ενός κοινά αποδεκτού «Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού» στις χώρες υποδοχής .....	310
7.2. Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις .....	311
7.2.1. Οι δυσκολίες εκτίμησης των μικτών τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων .....	312
7.2.1.1. Η άμεση μέθοδος .....	312
7.2.1.2. Η έμμεση μέθοδος .....	314
7.2.2. Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις .....	314
7.3. Ο διεθνής τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών .....	317
7.3.1. Ο τουριστικός τομέας και το ισοζύγιο πληρωμών .....	319
7.3.1.1. Οι τουριστικές δαπάνες οι οποίες περιλαμβάνονται ή αποκλείονται από το λογαριασμό «ταξίδια».....	321



7.3.1.2. Οι δυσκολίες εκτίμησης των διεθνών τουριστικών συναλλαγών .....	322
7.4 .Η οικονομική προσέγγιση του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών.....	322
7.4.1. Η προσέγγιση του ΠΟΤ.....	324
7.5. Η τουριστική κατανάλωση.....	326
7.5.1. Η τυπολογία της τουριστικής κατανάλωσης.....	329
7.5.2. Κατηγορίες και σύνθεση των δαπανών της τουριστικής κατανάλωσης .....	333
7.5.3. Η ταξινόμηση της τουριστικής κατανάλωσης βάσει των συσσωρευτικών μεγεθών T0, T1, T2, και T3 .....	336
7.5.4. Η μέτρηση των τουριστικών καταναλωτικών δαπανών.....	338
7.6. Η τουριστική παραγωγή .....	338
7.6.1. Η ταξινόμηση των τουριστικών παραγωγικών δραστηριοτήτων .....	340
7.6.2. Τα μοντέλα μέτρησης της τουριστικής παραγωγής .....	343
7.7. Η προστιθέμενη αξία του τουρισμού .....	344
7.7.1. Η προστιθέμενη αξία του τουρισμού και το ΑΕΠ.....	345
7.7.2. Οι δυσκολίες προσδιορισμού της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού .....	347
7.7.3. Οι μέθοδοι προσδιορισμού της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού .....	348
7.7.3.1. Εφαρμογή της μεθόδου της άμεσης προστιθέμενης αξίας του τουρισμού στην περιοχή του Midi-Pyrenées (Γαλλία).....	351
7.7.3.2. Εφαρμογή της μεθόδου της έμμεσης προστιθέμενης αξίας στη νήσο Γουαδελούπη.....	352
7.8. Οι πληθωριστικές τάσεις.....	353
7.8.1. Ο πληθωρισμός της ζήτησης.....	354
7.8.2. Ο πληθωρισμός του κόστους.....	356
7.8.3. Η προσέγγιση του R. Erbes.....	357
7.9. Οι τουριστικές επενδύσεις .....	358
7.9.1. Η οικονομική αποδοτικότητα των τουριστικών επενδύσεων .....	360
7.9.2. Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα .....	361
7.9.2.1. Τα κριτήρια επένδυσης.....	361
7.9.2.2. Η οικονομική αποδοτικότητα.....	362
7.9.3. Οι μακροοικονομικές επιδράσεις των τουριστικών επενδύσεων.....	365
7.10. Η τουριστική απασχόληση.....	366
7.10.1. Οι τύποι τουριστικής απασχόλησης .....	366
7.10.2. Η ποσοτική και η ποιοτική προσέγγιση της τουριστικής απασχόληση.....	368
7.10.2.1. Η ποσοτική προσέγγιση .....	368
7.10.2.1.1. Ο προσδιορισμός της άμεσης τουριστικής απασχόλησης .....	368
7.10.2.1.2. Ο προσδιορισμός της απορреύσας τουριστικής απασχόλησης ...	370
7.10.2.2. Η ποιοτική προσέγγιση .....	372
7.10.2.2.1. Τα χαρακτηριστικά της «κλασικής ή τυπικής τουριστικής απασχόλησης» .....	373
7.10.2.2.2. Τα χαρακτηριστικά της «μη κλασικής ή άτυπης τουριστικής απασχόλησης» .....	375
7.10.3. Η εποχικότητα της τουριστικής απασχόλησης .....	376

7.10.4. Η οικονομική ανάλυση της τουριστικής απασχόλησης .....	377
7.10.4.1. Η ενσωμάτωση της απασχόλησης στους Δορυφόρους Λογαριασμούς Τουρισμού .....	378
7.11. Ο μακροοικονομικός ρόλος του κράτους.....	380
7.11.1. Οι δράσεις της γενικής οικονομικής πολιτικής .....	380
7.11.2. Οι ειδικές δράσεις του τουριστικού τομέα.....	380
<b>Κεφάλαιο 8ο. Μέθοδοι Εκτίμησης/Μέτρησης.....</b>	<b>384</b>
8.1. Οι μέθοδοι εκτίμησης/μέτρησης των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού.....	384
8.1.1. Τα κριτήρια εκτίμησης των μεθόδων μέτρησης .....	385
8.2. Οι οικονομικοί Λογαριασμοί Τουρισμού (ΟΛΤ) .....	386
8.2.1. Τα προβλήματα εφαρμογής των Οικονομικών Λογαριασμών Τουρισμού.....	389
8.3. Ο Λογαριασμός Εξωτερικών Σχέσεων (ΛΕΣ) .....	389
8.3.1. Η μεθοδολογική προσέγγιση του Λογαριασμού Εξωτερικών Σχέσεων.....	391
8.3.2. Η διάρθρωση του Λογαριασμού Εξωτερικών Σχέσεων .....	393
8.4. Τα τουριστικά ισοζύγια του ΠΟΤ.....	395
8.5. Οι πίνακες εισροών-εκροών.....	396
8.5.1. Η τεχνική ανάλυση των πινάκων εισροών-εκροών.....	397
8.5.1.1. Ο πίνακας των συναλλαγών .....	397
8.5.1.2. Ο πίνακας των τεχνικών συντελεστών .....	399
8.5.1.3. Η αντίστροφη μήτρα των τεχνικών συντελεστών.....	401
8.5.2. Οι περιοριστικοί παράγοντες επεξεργασίας, εφαρμογής και χρήσης των πινάκων εισροών-εκροών .....	403
8.5.3. Το μοντέλο εισροών-εκροών και ο υφιστάμενος επιστημονικός διάλογος.....	404
8.5.4. Τα πολυπεριφερειακά-πολυτομεακά μοντέλα εισροών-εκροών .....	404
8.5.4.1. Μια μελέτη εφαρμογής (Ιταλία) .....	405
8.6. Τα οικονομετρικά μοντέλα και η συνδυαστική προσέγγιση.....	407
8.7. Ο τουριστικός πολλαπλασιαστής.....	408
8.7.1. Οι διάφοροι τύποι πολλαπλασιαστών.....	410
8.7.1.1. Ο πολλαπλασιαστής παραγωγής .....	411
8.7.1.2. Ο πολλαπλασιαστής του εισοδήματος .....	411
8.7.1.3. Ο πολλαπλασιαστής της απασχόλησης .....	413
8.7.1.4. Ο πολλαπλασιαστής των συναλλαγών .....	414
8.7.2. Η χρήση των τουριστικών πολλαπλασιαστών .....	415
8.7.3. τα μεθοδολογικά προβλήματα υπολογισμού του τουριστικού πολλαπλασιαστή .....	416
8.7.3.1. Η μέθοδος υπολογισμού του τουριστικού πολλαπλασιαστή σύμφωνα με τον Zinder.....	418
8.7.4. Οι περιορισμοί εφαρμογής του πολλαπλασιαστή.....	421
8.8. Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού (ΔΛΤ) .....	422
8.8.1. Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού της Γαλλίας .....	424



8.8.1.1. Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις για το περιεχόμενο του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού .....	424
8.8.1.2. Οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού .....	425
8.8.1.3. Οι αδυναμίες εφαρμογής του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού....	428
8.8.2. Ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού του Καναδά .....	429
8.8.3. Οι προσπάθειες εμβάνθυνσης της μελέτης και της διεθνούς ομογενοποίησης των ΔΛΤ υπο την εποπτεία του ΠΟΤ .....	429
8.8.4. Το προτεινόμενο μεθοδολογικό πλαίσιο ενός Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού.....	431
Συμπεράσματα .....	438
Πίνακες, διαγράμματα & χάρτες.....	444
Κυριότερες συντομογραφίες.....	447
Βιβλιογραφία.....	449



οικονομική οριοθετητότητα που διαθέτει τα  
κατέχει σημαντική θέση στους κόλπους της πα  
Σκοπός του παρόντος συγγράμματος είναι  
οικονομικής του τουρισμού και να συμβάλλει σ  
των μηχανισμών που διέπουν τη λειτουργία  
συνθετότητα και την πολυεπισημονική διάστα

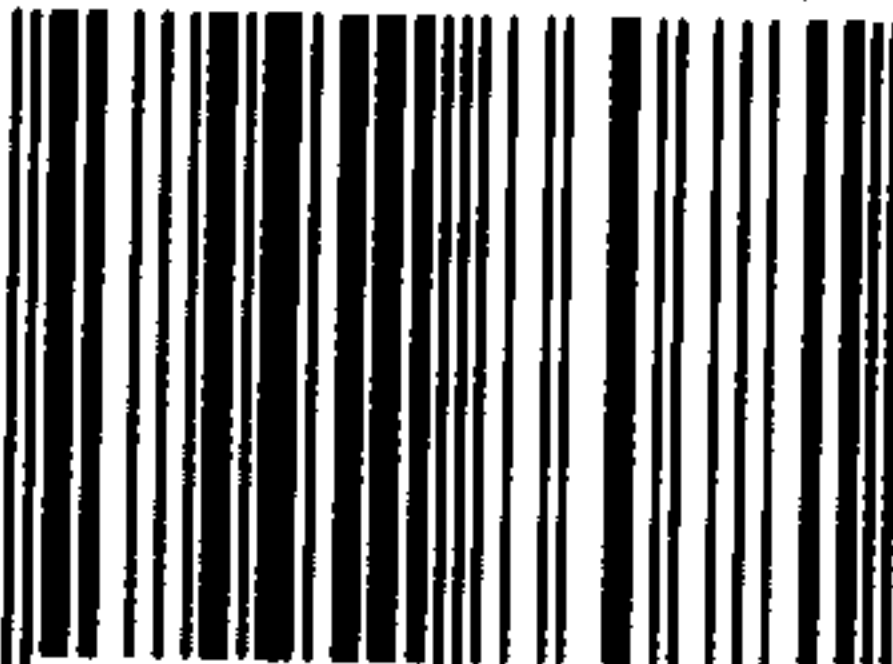
Το παρόν σύγγραμμα εστιάζει:

στις εννοιολογικές προσεγγίσεις,  
στις προσπάθειες οριοθέτησης του τουρισμού,  
στις στατιστικές του τουρισμού,  
στις τυπολογίες του τουρίστα και του τουρι  
στις μεθόδους πρόβλεψης και στις τάσεις,  
στις οικονομικές θεωρίες της ζήτησης,  
στην οικονομική οργάνωση των τουριστικών  
των ενδιαμέσων του τουριστικού κυκλώματος

Ως επί το πλείστον επικεντρώνεται στη διερεύν  
των τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξε  
της τουριστικής κατανάλωσης και παραγωγ  
της προστιθέμενης αξίας,  
των τουριστικών επενδύσεων,  
της τουριστικής απασχόλησης,  
των τιμών,  
του ρόλου του κράτους  
των μεθόδων εκτίμησης μέτρησης των οικον  
του τουρισμού, οικονομικοί λογαριασμοί το  
εξωτερικών σχέσεων, πίνακες εισροών – εκρο  
τουριστικοί πολλαπλασιαστές και Λογυφόρο

Εκτιμούμε ότι ο τύπος προσέγγισης (εννοιολογ  
που ακολουθήθηκε στο παρόν σύγγραμμα, μπορ  
βοήθημα και "εργαλείο δουλειάς" για τα στελ  
δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα, καθώς κ  
μεταπτυχιακούς φοιτητές των τμημάτων ή κατε

ISBN 978 960 7860 78 1



9 789607 860781 >

www.propobo