

BAIP

Τ.Ε.Ι. ΑΘΗΝΑ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
αρ. εισ. 3690

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

έννοιες, μεγέθη, δομές

η ελληνική
πραγματικότητα

Στη μητέρα μου Κανέλλα
Β.Σ.

✱ Εκδόσεις Προπομπός
Στέλιος Βαμβαρέσος
Τουρισμός
έννοιες, μεγέθη, δομές
η ελληνική πραγματικότητα
Πρώτη έκδοση: Μάρτιος 1998.

Επιμέλεια έκδοσης: Θωμάς Κ. Κιμέρης
Ηλεκτρονική σελιδοποίηση: GR. ARTS
Επιμέλεια κειμένων: Μαρία Γιαννοπούλου
Μακέτα εξωφύλλου: Πόπη Αλεξίου - Ανδρέας Κούρτης
Εκτύπωση: Κ. Πλέτσας - Ζ. Κάροδαρη
Βιβλιοδεσία: Γεώργιος Λουίζος

© Εκδόσεις Προπομπός
Κάνιγγος 24 106 82 - Αθήνα
Τηλ. - Fax: (01) 3837595

I.S.B.N. 960-7860-01-2

Διατίθεται σε όλα τα κεντρικά βιβλιοπωλεία

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

“ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ”15

1.1. Εισαγωγή 15

1.2. Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου 16

1.3. Η μαζικοποίηση του τουρισμού 19

1.4. Ο ορισμός του τουρίστα 26

1.5. Οι κατηγοριοποιήσεις των διεθνών επισκεπτών 29

Βιβλιογραφία κεφαλαίου 32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

“Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ”35

2.1. Η εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού 35

2.2. Η περιφερειακή κατανομή των διεθνών τουριστικών
αφίξεων και των συναλλαγματικών εισπράξεων 37

2.3. Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών.
Οι τουριστικές ζώνες 40

2.4. Το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές 41

2.5. Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης 45

2.5.1. Η ετερογένεια 45

2.5.2. Οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις 46

2.5.2.1. Η εποχικότητα 46

2.5.2.2. Οι χωρικές συγκεντρώσεις 47

2.5.2.3. Οι συνέπειες 48

2.5.2.4. Τα μέτρα 50

2.5.2.5. Οι δείκτες	51
2.5.2.6. Η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού	51
2.6. Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης	53
2.6.1. Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες	55
2.6.1.1. Το εισόδημα	55
2.6.1.2. Η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία	58
2.6.1.3. Οι τιμές	59
2.6.1.4. Η επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών	60
2.6.1.5. Η δημογραφική εξέλιξη	62
2.6.1.6. Η αστικοποίηση	65
2.6.1.7. Οι τεχνικοί παράγοντες - Τα μεταφορικά μέσα	66
2.6.2. Οι υποκειμενικοί παράγοντες ή κοινωνικο- ψυχολογικοί παράγοντες	67
2.6.2.1. Οι κοινωνικοί παράγοντες	67
2.6.2.2. Οι προσωπικοί παράγοντες	68
2.6.2.3. Η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής	69
2.6.3. Οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν	70
2.7. Οι τύποι του τουρισμού	72
2.8. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού	75
2.9. Η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής των τουριστών	77
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

“Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ”	87
3.1. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος	88
3.2. Οι ταξινομήσεις του τουριστικού προϊόντος	92
3.2.1. Η πρωτογενής τουριστική προσφορά	92
3.2.1.1. Οι φυσικοί πόροι	92
3.2.1.2. Οι πόροι που δημιούργησε ο άνθρωπος	94
3.2.2. Η δευτερογενής ή απορρέουσα τουριστική προσφορά	95
3.2.2.1. Οι γενικές εγκαταστάσεις	95
3.2.2.2. Οι πτήσεις charters	96

3.2.2.3. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις	99
3.2.2.3.1. Τα τουριστικά καταλύματα	99
3.2.2.3.2. Οι εγκαταστάσεις αναψυχής και η “animation”	104
3.3. Ο βαθμός ελκυστικότητας των τουριστικών πόρων	106
3.4. Το κόστος εκμετάλλευσης και η αποδοτικότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων	108
3.5. Ο προσδιορισμός του αναγκαίου αριθμού δωματίων στα ξενοδοχειακά καταλύματα	111
3.6. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα	112
3.7 Τα κάμπινγκ και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια	118
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	120

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

“ΟΙ ΔΟΜΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ”123

4.1. Οι τουριστικοί οργανισμοί και οι τουριστικές πολιτικές των αναπτυγμένων χωρών	123
4.1.1. Ιστορική αναδρομή των διεθνών οργανισμών του τουρισμού	124
4.1.2. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.)	125
4.1.3. Η τουριστική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.)	128
4.1.4. Η τουριστική πολιτική στις χώρες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)	134
4.1.5. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)	135
4.1.6. Το Υπουργείο Τουρισμού	142
4.1.7. Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)	143
4.1.8. Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.)	144
4.2. Τα τουριστικά γραφεία	147
4.2.1. Ορισμός και λειτουργίες	147
4.2.2. Τα τουριστικά γραφεία στην Ελλάδα	148
4.2.3. Οι μεγάλες διακρίσεις των τουριστικών γραφείων	150
4.2.3.1. Τα τουριστικά γραφεία “διανομείς”	150

4.2.3.2. Τα τουριστικά γραφεία “παραγωγοί”	151
4.2.3.3. Τα τουριστικά γραφεία “υποδοχής” (“Incoming” ή “Ground-Operator”)	151
4.2.4. Η οικονομική διαχείριση των τουριστικών γραφείων	153
4.2.5. Τα προβλήματα και οι τάσεις των τουριστικών γραφείων	155
4.2.6. Οι Tour-Operators	156
4.2.6.1. Το “οργανωμένο ταξίδι”	158
4.2.6.2. Οι διάφοροι τύποι των “οργανωμένων ταξιδιών”	160
4.2.6.3. Η πραγματοποίηση ενός “οργανωμένου ταξιδιού”	162
4.2.6.4. Οι σχέσεις μεταξύ ξενοδόχων και Tour-Operators	167
— 4.2.7. Τα οργανωμένα ταξίδια και ο προσορισμός “Ελλάδα”	170
4.2.7.1. Η οικονομική ανάλυση του οργανωμένου ταξιδιού	174
— 4.2.7.2. Οι στόχοι και οι πολιτικές	176
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	178

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

“Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”	181
5.1. Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	182
5.1.1. Οι μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	182
5.1.2. Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	182
5.2. Ο τουρισμός και η κατανάλωση	183
5.3. Ο τουρισμός και η εθνική παραγωγή	185
5.4. Ο πολλαπλασιαστής	187
5.4.1. Οι περιορισμοί σχετικά με τη χρησιμοποίηση του πολλαπλασιαστή	189
— 5.4.2. Η περίπτωση της Ελλάδας	190
5.5. Ο τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών	192
5.5.1. Το τουριστικό ισοζύγιο	195
— 5.5.2. Παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου της Ελλάδας	198
5.5.3. Ο υπολογισμός του λογαριασμού “ταξίδια”	200

5.6. Οι τουριστικές επενδύσεις	201
5.6.1. Οι επενδύσεις της τουριστικής υποδομής	201
5.6.2. Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα	202
5.6.3. Η χρηματοδότηση	203
5.6.4. Το κόστος της επένδυσης	205
5.6.5. Τα κριτήρια της επένδυσης	205
5.6.6. Τα επενδυτικά κίνητρα στον τουριστικό τομέα	206
5.6.6.1. Τα επενδυτικά κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/1990	209
5.6.6.2. Καθορισμός του συμβατικού κόστους των τουριστικών εγκαταστάσεων που υπάγονται στις διατάξεις του Α.Ν. 1892/90	213
5.7. Η απασχόληση	216
5.7.1. Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης	218
5.7.2. Οι διακρίσεις της τουριστικής απασχόλησης	219
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	222

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο

“ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ”	225
6.1. Οι κοινωνικές επιδράσεις	225
6.1.1. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επαφή του τουρίστα με τον “ντόπιο”	226
6.1.1.1. Η ζώνη υποδοχής των τουριστών	229
6.1.1.2. Οι χώρες προέλευσης των τουριστών	230
6.1.2. Η συνάντηση του τουρίστα με τον “ντόπιο”	232
6.1.3. Οι συνέπειες της συνάντησης	233
6.1.4. Οι πολιτιστικές επιδράσεις	237
6.2. Οι επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον	239
6.2.1. Η υποβάθμιση της ζώνης υποδοχής των τουριστών	242
6.2.2. Ο ρόλος των κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα	246
6.2.3. Οι βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες επιπτώσεις	248

6.2.3.1. Η τουριστική μετακίνηση	248
• 6.2.3.2. Τα τουριστικά καταλύματα	250
6.2.3.3. Οι δραστηριότητες αναψυχής	250
6.2.3.4. Οι μαρίνες	251
6.2.3.5. Οι εξωγενείς επιπτώσεις	251
— 6.2.4. Περιβάλλον και εικόνα (image) στην περίπτωση της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής των τουριστών	253
— Συμπεράσματα	257
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	259
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	261
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	269
ΠΙΝΑΚΕΣ	271
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	275

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Δραστηριότητα η οποία αποτελεί την “ατμομηχανή” της ελληνικής οικονομίας, με συνεχώς μάλιστα αυξανόμενη σημασία, είναι ο τουρισμός.

Με μικρές ή μεγάλες διακυμάνσεις, θετικές ή αρνητικές, ο τουρισμός συνεισφέρει σημαντικά στην ευημερία της Ελλάδας, αποτελώντας ουσιαστικά τη μεγαλύτερη εθνική βιομηχανία.

Σε αντίθεση όμως με τη σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, η βιβλιογραφία του κλάδου δεν είναι τόσο πλούσια όσο θα έπρεπε. Η επιστημονική προσέγγιση της τουριστικής δραστηριότητας απαιτεί την ακριβή και σε βάθος γνώση των μηχανισμών που διέπουν τη λειτουργία του τουριστικού τομέα, σε διεθνές, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, και κατ’ επέκταση την οικονομική τους ανάλυση.

Ο φίλος Στέλιος Βαρβαρέσος, γνήσιο τέκνο του τουριστικού γίγνεσθαι, μου έδωσε την ευκαιρία να διαβάσω το νέο του βιβλίο “Τουρισμός. Έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα” και να διαπιστώσω τη σημαντική συνεισφορά του στην εθνική αυτή υπόθεση.

Ο τουρισμός έχει δομηθεί παγκοσμίως με βάση ένα πλέγμα κανόνων και ρυθμίσεων που απορρέουν από σημαντικούς και καθοριστικούς παράγοντες, όπως η κατανομή των πλουτοπαραγωγικών πόρων, η μεταφορά πόρων από μία γεωγραφική περιοχή σε μία άλλη, οι συνακόλουθες κοινωνικές εξελίξεις κ.ο.κ.

Η συνεχώς αυξανόμενη σημασία του τουρισμού, τόσο για τις αναπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες, τον κατέστησε αναπόσπαστο τμήμα της διεθνούς εξειδίκευσης, κατά τον ίδιο ακριβώς τρόπο με το διεθνές εμπόριο, τις άδηλες συναλλαγές ή την κίνηση κεφαλαίων. Η ανάλυση αυτών των καθοριστικών παραγόντων παρουσιάζει μεγάλη σπουδαιότητα, γιατί από την εξέλιξη, τη βαρύτητα και το ρόλο

τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό η γεωπολιτική του διεθνούς τουρισμού, οι κεντρικοί άξονες της διεθνούς τουριστικής πολιτικής και ως εκ τούτου και η θέση της Ελλάδας στο παγκόσμιο τουριστικό σκηνικό.

Η μεγέθυνση του τουριστικού φαινομένου όμως, εκτός από μια σειρά θετικών επιδράσεων, όπως οι συναλλαγματικές εισπράξεις, η απασχόληση, η περιφερειακή ανάπτυξη κ.ο.κ., δημιουργεί και μια σειρά αρνητικών επιπτώσεων, όπως η εξάρτηση της χώρας υποδοχής από τους διεθνείς Tour-Operators, οι αλλοιώσεις του φυσικού περιβάλλοντος, η εκροή συναλλαγματικών εισπράξεων στο εξωτερικό κτλ.

Στο ιδιαίτερα σημαντικό αυτό βιβλίο, προϊόν μακρόχρονης έρευνας και σκληρής δουλειάς, ο Στέλιος Βαμβαρέσος επιχειρεί να παραθέσει και να αναλύσει όλους εκείνους τους παράγοντες που συμμετέχουν στη λειτουργία του τουριστικού τομέα. Επιδιώκει δε, και πιστεύω τα καταφέρνει, να εισαγάγει τον αναγνώστη στη θεωρητική προσέγγισή τους, ώστε να μπορέσουν αυτοί να αποτελέσουν στη συνέχεια εργαλεία έρευνας και ανάλυσης του τουρισμού, τόσο σε εθνικό-ελληνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Νίκος Σκουλάς

Γενικός Γραμματέας Ε.Ο.Τ.

ISBN 960-7860-01-2