

APATTE

INSTITUTO TURISTIKON MEΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

ΤΕΥΧΟΣ 7

ΑΘΗΝΑ - ΑΓΚΕΡΕΜΠΙΟΣ 2008

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

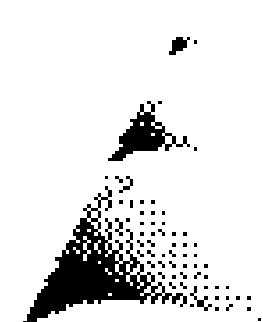
ΔΕΛΤΙΟ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ 7

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2008

ISSN: 1791-0064

Έκδοση:



DRATTE

**Δράσεις για την Ανάπτυξη του Τουρισμού
και της Τουριστικής Εκπαίδευσης**



**Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Ερευνών
(Tourism Research Institute)**

Ζωοδόχου Πηγής 2-4, 10678 Αθήνα

Τηλ: 210 3806877

Φαξ: 210 3808302

URL: www.dratte.gr

Email: info@dratte.gr

Υπεύθυνος έκδοσης: Λαλούμης Δημήτρης

Σύνταξη:

Υπεύθυνος Σύνταξης:

Σύμβουλος έκδοσης:

Υπεύθυνος ύλης:

Μανούσου Μαργαρίτα

Σαραντοπούλου Ιωάννα

Παπαδογούλας Γεώργιος

Επιμέλεια:

Επιστημονικός υπεύθυνος:

Επιστημονικός σύμβουλος:

Καραγιάννης Στέφανος

Λούπα Χάϊδω

Γραμματειακή υποστήριξη:

Ρέκκα Ξανθίππη

Χαραλαμπίδης Κυριάκος

Νομικός σύμβουλος:

Καυκά Αριάδνη

TOURISM ISSUES
TOURISM SCIENCES REVIEW

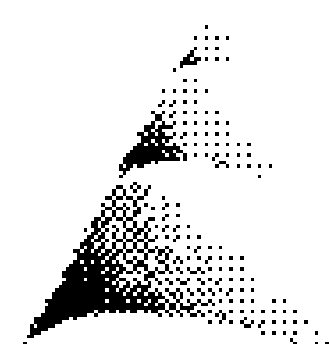


VOL 7

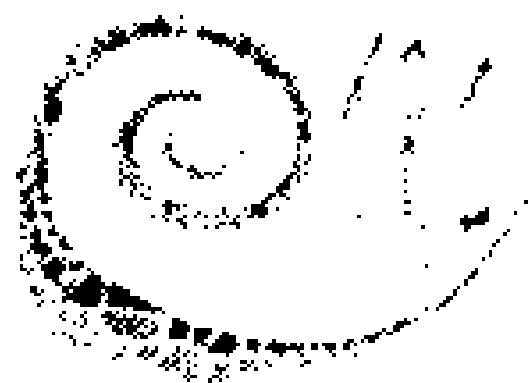
DECEMBER 2008

ISSN: 1791-0064

Published by:



OPATTE Activities for the Development of Tourism and Tourism Education



Tourism Research Institute

2-4 Zoodohou Pigis str, 10678 Athens, Greece

Tel: + 30 210 3806877

Fax: + 30 210 3808302

URL: www.dratte.gr

Email: info@dratte.gr

Editor: Laloumis Dimitris

Executive committee:

Editor in chief:

Manousou Margaret

Editor in charge:

Sarantopoulou Joan

Executive editor:

Papadogoulas George

Scientific Supervision:

Scientific supervisor:

Karagiannis Stefanos

Scientific consultant:

Loupa Haido

Secretariat:

Rekka Xanthippi

Haralambidis Kiriakos

Legal advisor:

Kafka Ariadni

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Επιστημονική Επιτροπή

Αγιομυριανάκης Γεώργιος	<i>Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο</i>
Alexandru Nedelea Stefan cel Mare	<i>University Suceava, Romania</i>
Ανάγνος Νικόλαος	<i>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης</i>
Ανδρεοπούλου Ζαχαρούλα	<i>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης</i>
Αραμπατζής Γαρύφαλος	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Βαρβαρέσος Στέλιος	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Βενετσανοπούλου Μάρω	<i>Πάντειο Πανεπιστήμιο</i>
Βλησίδης Ανδρέας	<i>Τ.Ε.Ι. Κρήτης</i>
Βλιάφος Σπυρίδων	<i>Πανεπιστήμιο Αθηνών</i>
Γαργαλιάνος Δημήτριος	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Georgopoulos Apostolos	<i>Universitate Wien</i>
Δουβής Ιωάννης	<i>Πανεπιστήμιο Αθηνών</i>
Έξαρχος Γεώργιος	<i>Τ.Ε.Ι. Σερρών</i>
Ευθυμιάτου Πουλάκου Αντωνία	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Halimi Ghaleb	<i>American University of Beirut</i>
Henning Gerhard	<i>University of Applied Sciences of Düsseldorf</i>
Καραγιάννης Στέφανος	<i>Τ.Ε.Ι. Λαμίας</i>
Καραμέρης Αθανάσιος	<i>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης</i>
Λάζος Κωνσταντίνος	<i>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης</i>
Λαλούμης Δημήτρης	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Μαύρος Κωνσταντίνος	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Μοίρα Πολυξένη	<i>Τ.Ε.Ι. Πειραιά</i>
Μυλωνόπουλος Δημήτριος	<i>Τ.Ε.Ι. Πειραιά</i>
Παπαγεωργίου Κωνσταντίνος	<i>Γεωπονική Αθηνών</i>
Παπαδογιαννάκης Νικόλαος	<i>Πανεπιστήμιο Κρήτης</i>
Παπανίκος Γρηγόρης	<i>Γενικός Γραμματέας Ο.Κ.Κ.Ε.</i>
Παπασταύρου Αναστάσιος	<i>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης</i>
Πολυχρονόπουλος Γεώργιος	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Πρινιανάκη Ρία	<i>Τ.Ε.Ι. Ηρακλείου</i>
Σαρρής Νεοκλής	<i>Πάντειο Πανεπιστήμιο</i>
Schnell Axel	<i>University of Applied Sciences of Düsseldorf</i>
Σούλης Σωτήρης	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Στεργιούλας Απόστολος	<i>Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου</i>
Σωτηριάδης Μάριος	<i>Τ.Ε.Ι. Ηρακλείου</i>
Ταμπάκης Στυλιανός	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Τσαντόπουλος Γεώργιος	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Τσαχαλίδης Ευστάθιος	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Φράγκος Χρήστος	<i>Τ.Ε.Ι. Αθήνας</i>
Χατζηφωτίου Σεβαστή	<i>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</i>
Χριστοπούλου Όλγα	<i>Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας</i>

**TOURISM ISSUES
TOURISM SCIENCES REVIEW**



Editorial board

Agiomirianakis George	<i>Hellenic Open University</i>
Alexandru Nedelea Stefan	<i>University Suceava, Romania</i>
cel Mare	<i>Aristotle University of Thessaloniki</i>
Anagnos Nick	
Andreopoulou Zaharoula	<i>Aristotle University of Thessaloniki</i>
Arabatzis Garifallos	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Douvis Ioannis	<i>University of Athens</i>
Efthimiatou Poulakou	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Antonia	
Exarhos George	<i>Technological Education Institute of Serres</i>
Frangos Hristos	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Gargalianos Dimitrios	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Georgopoulos Apostolos	<i>Universitaet Wien</i>
Halimi Ghaleb	<i>American University of Beirut</i>
Hatzifotiou Sevasti	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Hristopoulou Olga	<i>University of Thessaly</i>
Karagiannis Stefanos	<i>Technological Education Institute of Lamia</i>
Karameris Athanasios	<i>Aristotle University of Thessaloniki</i>
Lazos Konstantinos	<i>Aristotle University of Thessaloniki</i>
Laloumis Dimitrios	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Mavros Konstantinos	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Milonopoulos Dimitrios	<i>Technological Education Institute of Piraeus</i>
Mira Polixeni	<i>Technological Education Institute of Piraeus</i>
Papadogiannakis Nikolaos	<i>University of Crete</i>
Papageorgiou	<i>Agricultural University Of Athens</i>
Konstantinos	
Papastavrou Anastasios	<i>Aristotle University of Thessaloniki</i>
Polihronopoulos George	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Prinianaki Ria	<i>Technological Education Institute of Crete</i>
Sarris Neoklis	<i>Panteion University</i>
Schnell Axel	<i>University of Applied Sciences of Düsseldorf</i>
Sotiriadis Marios	<i>Technological Education Institute of Crete</i>
Soulis Sotiris	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Stergioulas Apostolos	<i>University of the Peloponnese</i>
Tabakis Stilianos	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Tsahalidis Efstathios	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Tsantopoulos George	<i>Demokritus University of Thrace</i>
Varvaresos Stelios	<i>Technological Education Institute of Athens</i>
Venetsanopoulou Maro	<i>Panteion University of Athens</i>
Vliafos Spiridon	<i>University of Athens</i>
Vlisidis Andreas	<i>Technological Education Institute of Crete</i>

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ



Επιστήμη είναι η γνώση του επιστητού, δηλαδή η γνώση που καλύπτει συστηματικά και με πληρότητα ένα θεματικό πεδίο. Επιστήμη είναι μία, και στόχο έχει την κατανόηση όλων των φαινομένων. Όμως εξαιτίας της ανθρώπινης αδυναμίας να διαχειριστεί πνευματικά το σύνολο των κανόνων που διέπουν τον κόσμο, η επιστήμη διαχωρίζεται σε επιμέρους επιστήμες, που η κάθε μία καλύπτει ένα κύκλο αντικειμένων.

Οι **επιστήμες του τουρισμού** μπορούν να διαχωριστούν σε δύο θεματικές περιοχές. Τις επιστήμες κατανόησης του τουριστικού φαινομένου και τις επιστήμες διαχείρισης επιχειρήσεων φιλοξενίας.

Η ενασχόληση με τις επιστήμες οδηγεί σε εμπειριστατωμένες μελέτες που έχουν ως στόχο την κατανόηση της πραγματικότητας. Οι μελέτες αυτές έχει καθιερωθεί να δημοσιεύονται σε **επιστημονικά περιοδικά** (refereed scientific journals) στα οποία η δημοσίευση κρίνεται ως προς την πρωτοτυπία, την επάρκεια και την ορθότητά της από μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας. Τότε οι δημοσιεύσεις αυτές θεωρούνται έγκυρες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βάση από άλλους ερευνητές για την εξέλιξη της γνώσης.

Ο **ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε.** (Δράση για την Ανάπτυξη του Τουρισμού και της Τουριστικής Εκπαίδευσης) είναι ένας **μη Κερδοσκοπικός Οργανισμός** με έδρα την Αθήνα και σήμερα αριθμεί περί τα 1.200 μέλη. Στα πλαίσια του ΔΡΑΤΤΕ λειτουργεί το **Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Ερευνών** (Ι.Τ.Μ.Ε.), που ιδρύθηκε με προορισμό να υπηρετήσει τους επιστημονικούς σκοπούς του Οργανισμού.

Το Ι.Τ.Μ.Ε. από τον Φεβρουάριο 2007 εκδίδει το παρόν **τριμηνιαίο** επιστημονικό περιοδικό, **στόχος** του οποίου είναι η διάδοση της γνώσης σχετικά με τα επιστημονικά πεδία που πραγματεύονται θέματα τουρισμού.

Το τεύχος 6 περιέχει εργασίες που παρουσιάστηκαν στο Πανελλήνιο Συνέδριο «Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ στις Τουριστικές Επιχειρήσεις: Σύγχρονες και Καινοτόμες Προσεγγίσεις». Το συνέδριο πραγματοποιήθηκε στην Κρήτη και διοργάνωσαν σε συνεργασία το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Κρήτης και το Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας (Κ.Τ.Ε.) Κρήτης από 29 έως και 31 Μαΐου 2008.

Σχετικά με το ως άνω συνέδριο, ακολουθεί σημείωμα του Μάριου Σωτηριάδη, Προϊσταμένου του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Κρήτης και Προέδρου της Επιστημονικής Επιτροπής του Συνεδρίου MMTE 2008

Δημήτρης Λαλούμης

TOURISM ISSUES TOURISM SCIENCES REVIEW



INTRODUCTION

Science is the knowledge of the existing, which systematically totally covers a sector of issues. Science is one and its purpose is the understanding of all phenomena. Due to human's incapability of mental controlling the whole of universal rules, science is divided to partial "sciences" and each one covers its objective field.

The science of tourism can be divided in two parts. The sciences of understanding the tourism phenomenon and the sciences of the enterprises of hospitality and their management.

Dealing with sciences leads to complete studies whose purpose is the understanding of the reality. These studies are set to be published in refereed scientific journals. Their publication is judged for being original, complete and correct, by members of the academic community. Then, these publications are considered as valid and can be used by other researchers for the spread of knowledge.

Aim of the magazine is the spread of knowledge related to the scientific fields of tourism. In Tourism Issues there are being published original articles and obligatorily new researches. The writing language can be Greek , English , French or German. The scripts will be evaluated by three - membered scientific committee whose members have deep knowledge of the specific fields.

The vol 6 contains papers that were presented to the Pan-Hellenic Congress "Marketing and Management in the Tourist Enterprises: Modern and Innovative Approaches". The congress took place in Crete and was organised by the Department of Tourist Enterprises of the Technological Educational Institute (T.E.I.) of Crete in collaboration with the Centre for Technological Research of Crete (CTR-Crete), from 29 up to 31 May 2008.

Laloumis Dimitris

ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Στα Τουριστικά Θέματα δημοσιεύονται πρωτότυπα άρθρα και πρωτογενείς ερευνητικές μελέτες που πραγματεύονται θέματα τουρισμού. Τα άρθρα και οι μελέτες δεν πρέπει να έχουν δημοσιευτεί ποτέ ξανά.

Κάθε επιστημονική εργασία δεν πρέπει να ξεπερνά τις 8000 λέξεις. Αποστέλλεται σε ηλεκτρονική μορφή σε πρόγραμμα MS-WORD στη διεύθυνση info@dratte.gr και είναι γραμμένη σε σελίδα A4, με γραμματοσειρά Arial μέγεθος 10, διάστημα μονό.

Οι εργασίες μπορούν να είναι γραμμένες στην Ελληνική, Αγγλική, Γαλλική ή Γερμανική γλώσσα.

Στην πρώτη σελίδα παρατίθενται ο τίτλος της εργασίας, το ονοματεπώνυμο του συγγραφέα και η ιδιότητά του. Κάθε εργασία συνοδεύεται από περίληψη 180 περίπου λέξεων. Το κείμενο της περίληψης δεν επιτρέπεται να αποτελεί τμήμα της εργασίας. Επίσης ο συγγραφέας πρέπει να προτείνει 4 λέξεις κλειδιά που συνδέονται με τα κυριότερα πεδία που εξετάζει η εργασία. Τα ανωτέρω (ονοματεπώνυμο, τίτλος, περίληψη και λέξεις κλειδιά) παρατίθενται στην Αγγλική και Ελληνική γλώσσα, όπως και στη γλώσσα συγγραφής όταν αυτή είναι η Γαλλική ή Γερμανική.

Οι φωτογραφίες και τα διαγράμματα πρέπει να εμφανίζονται σε αποχρώσεις του γκρι, να είναι αριθμημένα και να συνοδεύονται από επεξηγηματική λεζάντα, ενώ οι υποσημειώσεις να παρατίθενται υποσέλιδα.

Οι παραπομπές σε βιβλία και άρθρα γίνονται σε παρένθεση όπου αναφέρονται το όνομα του συγγραφέα και το έτος έκδοσης. Η βιβλιογραφία καταχωρείται αλφαβητικά στο τέλος της εργασίας. Για αναφορά σε βιβλία καταγράφονται το επίθετο και όνομα συγγραφέα, σε εισαγωγικά με πλάγια γραμματοσειρά ο τίτλος του βιβλίου και σε ορθή ξανά γραμματοσειρά ο εκδοτικός οίκος, ο τόπος και ο χρόνος έκδοσης. Για αναφορά σε περιοδικό καταγράφονται το επίθετο και όνομα συγγραφέα, ο τίτλος του άρθρου σε εισαγωγικά, το όνομα του περιοδικού σε πλάγια γραμματοσειρά, και σε ορθή γραμματοσειρά ο αριθμός και η ημερομηνία έκδοσης του τεύχους και οι σελίδες.

Κάθε εργασία εξετάζεται από τριμελή επιστημονική επιτροπή κριτών. Τα μέλη της επιτροπής καλύπτουν συναφές γνωστικό πεδίο με το αντικείμενο της εργασίας και παραλαμβάνουν τις εργασίες χωρίς να αναφέρεται σε αυτές το όνομα του/των συγγραφέα/ων. Η διαδικασία κρίσης ολοκληρώνεται με ανωνυμία των συγγραφέων και οι κριτές προτείνουν στη συντακτική επιτροπή την αποδοχή ή μη της εργασίας προς δημοσίευση ή την δυνατότητα δημοσίευσης του άρθρου μετά από διορθώσεις που προτείνει η επιτροπή κριτών.

Μετά την κρίση των εργασιών, ειδοποιούνται οι συγγραφείς, είτε η κρίση ήταν θετική είτε όχι. Οι εγκρινόμενες εργασίες δημοσιεύονται κατά χρονική σειρά προτεραιότητας.

WRITING GUIDELINES



In "Tourism Issues" can be published original articles and research studies dealing with tourism topics. The articles and the studies should have never been published before.

Every scientific paper should not exceed a maximum of 8000 words and should be sent in electronic form at info@dratte.gr.

The paper can be written in Greek, English, French or German.

Papers should be typewritten in black, double-spaced on A4 or US letter sized white paper and printed on one side of the paper only, with 1 ½ inch margins on all four sides, using 10 pts Arial characters. Pages should be numbered consecutively.

The first page of the paper should include in the following order: paper title, author's name and surname, affiliation, postal address, telephone and fax numbers, email address, acknowledgements. In the case of co-authors, their full details should also appear (all correspondence will be sent to the first named author). Also include an abstract of 200-250 words, and up to five keywords.

The second page should contain the title of the paper, an abstract of 200-250 words, and up to five keywords. Do *not* include the author(s) details in this page.

Subsequent pages: main body of text; list of references; appendices; endnotes (endnotes should be kept to a minimum).

Every paper should be accompanied by a 180-word abstract. The text of the abstract is not allowed to be part of the paper. Also, the author should propose 4 key words associated with the main fields dealt with in the paper. The aforementioned (name, title, abstract and key words) should be given in English and Greek, as well as in the language of composition in case this is French or German.

Tables, figures and illustrations should be referred to and included in the text, in gray tint. Each table, figure and illustration should be numbered consecutively (in Arabic numbers) and titled. Tables, figures and illustrations should not exceed one page and should be kept to a minimum.

The text should be organized under appropriate section headings. Section headings should be marked as follows: primary headings should be typed in upper case and bold (e.g. **INTRODUCTION**); subsection headings should be in upper and lower case and bold (e.g. **Tourism Planning**).

Quotations should be taken accurately from the original source. Alterations to quotations should be noted. Quotation marks (" ") should be used to denote direct quotes. Inverted commas (' ') are to be used to denote a quote within a quotation.

Papers should be supported by references. These should be set out according to the standard Harvard style as follows. In the text references should be cited by the author's name and year of publication in brackets – for example (Miller, 2000;

Tribe, 2000, 2001), or '... as noted by Miller (2000)'. Where there are two or more references to one author for the same year, the following form should be used (Smith, 1999a) or (Smith, 1999b). Where references include two authors the form (Clarke & Little, 1996) should be used. Where references include three or more authors the form (Riley *et al.*, 1996) should be used. The reference list, placed towards the end of the manuscript, must be typed in alphabetical order of authors. The specific format is:

- *For papers in journals:* Blangy S. & Nielson T. (1995) Ecotourism and minimum impact policy, *Annals of Tourism Research* 20(2), 357-360.
- *For books and monographs:* Inskeep E. (1991) *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, London: John Wiley & Sons.
- *For chapters in edited books:* Hall C.L. & Jenkins J.M. (1998) The policy dimensions of rural tourism and recreation. In R. Butler, C.M. Hall & J. Jenkins (Eds.) *Tourism and Recreation in Rural Areas*, London: John Wiley & Sons, 19-42.
- *For reports:* Hovland N.P. (1989) *Local Economic Impact for Travelling Business: Examples from the Municipality of Risoer*, report no. 24, Telemark Research Institute, Boe.

Every paper will be examined by a three-member scientific committee. The committee's members cover cognitive fields relevant to the papers' topics and receive the papers with the author's/s' name undisclosed. The judging process will be completed with author's anonymity throughout. The judges will propose to the editorial committee the acceptance or the rejection of a paper to be published or the possibility of publishing an article after corrections suggested by the judging committee.

After the papers' judgement, the authors will be notified, either the judgement has been positive or not. The approved papers will be published according to priority of chronological order.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΤΕΥΧΟΣ 7

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Βαρβαρέσος Στέλιος	Παγκοσμιοποίηση Και Δυναμική Του Τουριστικού Τομέα Στην Ελλάδα	14
Heba Mahmoud Saad AbdelNaby	The Americans' Image of Egypt as a vacation destination and their image of its Islamic heritage	37
Patty Loupa Dimitrios Kolokotronis Dimitris Polidoros	Municipality of Melivia in Prefecture of Larisa: An Inquiring Approach aiming at the Configuration of Proposals for the Touristic Growth and the Development of a Software Package for its Promotion	56
Μαγούλιος Γιώργος	Ο Ελληνικός Τουρισμός και οι Χώρες των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης	67
Μαντζάρης Ιωάννης Έξαρχος Γεώργιος	Επιχειρηματικό Σχέδιο Ανάπτυξης του Τουρισμού στα Λουτρά Λουτρακιου Νομού Πέλλας	89
Μοίρα Πολυξένη Μυλωνόπουλος Δημήτρης	Το Καθεστώς της Ιδιωτικής Τουριστικής Εκπαίδευσης: Η Περίπτωση των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης	108
Lukas Duvas	Tourism Market: Employment and Vocational Training in Greek Properties	122
Roselyne N. Okech Alexandru Nedelea Georgia Kouroupi – Kelgiannaki	Critical Issues in Sustainable Tourism Development in Romania: Challenges & Lessons for Kenya	133
ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε.	Προφίλ του οργανισμού	148

**TOURISM ISSUES
TOURISM SCIENCES REVIEW**



VOL 7

CONTENTS

Varvaressos Stelios	Globalisation And Dynamics Of Tourism In Greece	14
Heba Mahmoud Saad AbdelNaby	The Americans' Image of Egypt as a vacation destination and their image of its Islamic heritage	37
Patty Loupa Dimitrios Kolokotronis Dimitris Polidoros	Municipality of Melivia in Prefecture of Larisa: An Inquiring Approach aiming at the Configuration of Proposals for the Touristic Growth and the Development of a Software Package for its Promotion	56
Magoulios George	The Greek Tourism and the Countries of Balkan and Eastern Europe	67
Mantzaris Ioannis Exarhos George	Business Plan for the Development of Tourism in Loutraki Springs, County of Pella	89
Moira Polyxeni Mylonopoulos Dimitrios	The private sector in tourism education. The case of institutes of vocational training	108
Lukas Duvas	Tourism Market: Employment and Vocational Training in Greek Properties	122
Roselyne N. Okech Alexandru Nedelea Georgia Kouroupi – Kelgiannaki	Critical Issues in Sustainable Tourism Development in Romania: Challenges & Lessons for Kenya	133
ΔP.A.T.T.E. profile		154

Παγκοσμιοποίηση Και Δυναμική Του Τουριστικού Τομέα Στην Ελλάδα

Βαρβαρέσος Στέλιος

Αναπληρωτής καθηγητής, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι Αθήνας

Περίληψη:

Η ιστορική εμπειρία και παρατήρηση επιβεβαιώνουν ότι οι βιοτεχνικού τύπου οικονομικές δραστηριότητες υπόκεινται σε διαχρονικά βραδείες μεταβολές, σε σχέση με τις αντίστοιχες βιομηχανικού τύπου. Ο τουριστικός τομέας, μεταβαλλόμενος σταδιακά σε μια οικονομική δραστηριότητα βιομηχανικού τύπου, παρουσιάζει αδιάλειπτες διαρθρωτικές μεταβολές, εφόσον οι λειτουργίες του υφίστανται πλέον σε μεγάλο βαθμό τις επιδράσεις της τεχνολογικής εξέλιξης, του διεθνούς ανταγωνισμού και της εξειδίκευσης.

Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και η παραγωγή νέων προϊόντων από παραδοσιακές και νέες χωρικές ενότητες, οδήγησαν σε μια δυναμική διαδικασία ευρύτερης διεθνοποίησης του τουριστικού τους προϊόντος και συχνά σε μια ανάδυση νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών, ωθώντας το διεθνή τουρισμό σε μια χωρική αναδιάρθρωση. Σε αυτό το πλαίσιο, ο επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος, σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον, μπορεί να επιτευχθεί με τη βοήθεια της ανάλυσης των εξωγενών επιδράσεων, των καμπυλών τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, της καμπύλης του κύκλου ζωής, της καμπύλης τουριστικής συχνότητας και της καμπύλης εφοδιαστικής αλυσίδας (*logistics*). Με αυτόν τον τρόπο αφενός μεν καταγράφεται η δυναμική του τουριστικού τομέα, αφετέρου δε προσδιορίζονται και οριοθετούνται οι στρατηγικές ποιοτικού εκσυγχρονισμού που χαρακτηρίζονται στην παρούσα χρονική περίοδο σημαντικότερες από ποτέ άλλοτε.

Λέξεις κλειδιά : βιοτεχνικού τύπου οικονομικές δραστηριότητες, βιομηχανικού τύπου οικονομικές δραστηριότητες, τουριστική βιομηχανία, δυναμική, παγκοσμιοποίηση.

Globalisation And Dynamics Of Tourism In Greece

Varvaressos Stelios

Associate Professor, Department of Tourism Industry Management, T.E.I of Athens

Abstract:

Experience and historical observation have proven that handicraft economic activities have undergone gradual long-term modifications in contrast with the industrial ones.

Tourism which is gradually becoming a more industrialized economic activity has faced constant structural changes as its functions are greatly influenced by technological advances, international competition and specialization. The implementation of new technologies and the launching of new products by traditional and new tourism destinations have led to a broader, more dynamic globalization of the tourism industry, giving it a boost and new profile through the emergence of new, dynamic destinations, resulting in spatial redistribution. Within this framework, the reassessment of the tourism product in the continuously changing international environment could be achieved by applying the analysis of external factors (externalities), the curves of tourism supply and demand, the life cycle model, the curve of tourism frequency, and the logistics curve.

In this way, both the dynamics of the tourism industry can be described and new strategies of qualitative upgrading and revitalization, which are currently most significant, may be determined and assessed.

Keywords: handicraft economic activities, industrialized economic activities, tourism industry, dynamics, globalization.

1. Εισαγωγή – Πλαίσιο ανάλυσης

Η οικονομική ανάπτυξη διεθνώς, επικεντρωμένη κατ' εξοχήν σε μια αύξηση των κερδών παραγωγικότητας, επέτρεψε την αδιάλειπτη μεγέθυνση του ελεύθερου χρόνου, στα πλαίσια της σταδιακής αύξησης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, η οποία και αποτελεί ενεργοποιό δύναμη της τουριστικής ζήτησης (Fourastier, 1979: 30-60). Η εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης επενεργεί με τη σειρά της δυναμικά στη μεγέθυνση του τουριστικού τομέα, ο οποίος χαρακτηρίζεται από

σημαντικότερες μεταβολές, ως αναπόσπαστο πλέον τμήμα της ανάπτυξης της «νέας οικονομίας» αφενός και της «κοινωνίας της αναψυχής» αφετέρου.

Για μεγάλο χρονικό διάστημα ο τουρισμός εθεωρείτο ως μια οικονομική δραστηριότητα, βοηθητική / υποστηρικτική και βιοτεχνική, χωρίς ωστόσο και σήμερα ακόμα να είναι σε θέση να αποποιηθεί έναν αριθμό δυσχερειών αναφορικά με την οριοθέτηση του ως τομέα και την πραγματική / ουσιαστική του αναγνώριση ως μια δυναμική βιομηχανία.

Στα πλαίσια της ελληνικής οικονομίας υφίστανται πολλοί παράγοντες που επιτάσσουν την οικονομική ανάλυση του τουριστικού τομέα. Στην παρούσα ανάλυση συνοψίζουμε τους παράγοντες στους ακόλουθους τρεις:

(α) Η Ελλάδα αντιπροσωπεύει έναν αξιόλογο τουριστικό προορισμό, κατέχει τη 15^η θέση παγκοσμίως αναφορικά με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις, (15,2 εκατ. το 2007) και την 10^η θέση ως προς τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (11,4 δις ευρώ το 2007). Οι παραπάνω κατατάξεις της χώρας στην ιεράρχηση της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας, μπορούν να αποτελέσουν την αφετηρία για τη διαμόρφωση μιας σειράς ερωτημάτων αναφορικά με τη δυναμική του τουριστικού τομέα και την ουσιαστική συμμετοχή του σε μια σφαιρική ανάπτυξη της χώρας (Βαρβαρέσος, 2000β: 181-221). Τα ερωτήματα αυτά μπορούν να λάβουν κρίσιμες διαστάσεις για έναν μεγάλο αριθμό Νέων Τουριστικών Χωρών (Ν.Τ.Χ.: χώρες της Ασίας, Αφρικής και Ανατολικής Ευρώπης), οι οποίες διαβλέπουν την τουριστική τους ανάπτυξη ως το δίαυλο επικοινωνίας (πιθανότατα και ενσωμάτωσης) με την παγκόσμια οικονομία. Ως εκ τούτου, φαίνεται ότι ο τουρισμός, ανάλογα με τη χώρα υποκείμενο, μπορεί να αποτελέσει μοχλό ενεργοποίησης μιας οικονομικό-κοινωνικής αναπτυξιακής διαδικασίας και να συμβάλει υποστηρικτικά στη μετάβαση της οικονομίας μιας χώρας στην οικονομία της αγοράς.

(β) Η τουριστική βιομηχανία εμφανίζει σταθερά αυξητικές τάσεις. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO 1997) οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα αυξηθούν από 702,6 εκατ. το 2002 σε 1.047 εκατ. το 2010 και σε 1.602 εκατ. το 2020.

Η γεωγραφική ζώνη της Νοτιοανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού κατέχει στην δεύτερη θέση παγκοσμίως μετά την Ευρώπη και αυξάνει σταθερά τον όγκο των διεθνών τουριστικών ροών προς αυτήν, από 116 εκατ. τουρίστες το 2000 σε 231 εκατ. το 2010 και 438 εκατ. το 2020, καταγράφοντας ένα μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 8,4%, έναντι 2,3% για την Ευρώπη.

Συνεπώς, το τουριστικό φαινόμενο, όντας διεθνοποιημένο, εμπλέκεται δυναμικά σε μια διαδικασία παγκοσμιοποίησης των συναλλαγών.

(γ) Ο τουριστικός τομέας αποτελεί πεδίο εφαρμογής των μοντέλων βιομηχανικής οικονομικής, διότι παρουσιάζει ένα μεγάλο αριθμό χαρακτηριστικών, όπως:

- η τουριστική βιομηχανία χαρακτηρίζεται ως διεθνής / παγκοσμιοποιημένη,
- τα τουριστικά προϊόντα θεωρούνται σύνθετα από τη φύση τους,
- η δυναμική και το μέγεθος των πολυεθνικών εταιρειών τουρισμού, καθώς και οι στρατηγικές τους, επενεργούν σημαντικά και οριοθετούν τη λειτουργία του τουριστικού τομέα (Buhalis, 2000a: 113-139),

- οι εξωτερικές επιδράσεις, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών διαδραματίζουν πλέον σημαντικό ρόλο στη λειτουργία του τουριστικού τομέα.

Μια προβληματική ανανέωσης / εκσυγχρονισμού του τουριστικού τομέα, φαίνεται να οδηγεί σε συγκεκριμενοποίηση των πεδίων εφαρμογής, δεδομένων των ιδιαιτεροτήτων του τουρισμού και των διαθέσιμων εργαλείων οικονομικής ανάλυσης.

Έχει όμως διαπιστωθεί, ότι στα πλαίσια της εκβιομηχάνισης ενός τομέα παρατηρείται μια αδιάλειπτη μεταβολή τόσο σε επίπεδο δομών, όσο και σε επίπεδο εμπλεκομένων σε αυτόν. Η ιστορική παρατήρηση και εμπειρία, αναφορικά με τις βιοτεχνικές δραστηριότητες, αποδεικνύουν ότι η διαχρονική εξέλιξη τους ήταν αργή, σε αντίθεση με τις βιομηχανικές, εφόσον οι λειτουργίες τους υπόκειντο σε μικρό βαθμό στις επιδράσεις των τεχνολογικών μεταβολών, του ανταγωνισμού και της διεθνοποίησης. Ο τουριστικός τομέας, μεταβαλλόμενος σταδιακά σε μια βιομηχανικού τύπου οικονομική δραστηριότητα, στα πλαίσια του παγκόσμιου καταμερισμού εργασίας, της οργάνωσης και της εξειδίκευσης της, εισαγάγει τη διαδικασία της «δημιουργικής καταστροφής» (Schumpeter, 1934), η οποία επενεργεί στο σύνολο σχεδόν των σύγχρονων οικονομικών δραστηριοτήτων. Η εισαγωγή / υιοθέτηση του «νέου» (π.χ. νέες τεχνολογίες) στον τουριστικό τομέα συμβάλλει στη διαμόρφωση ανακατατάξεων, στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των εμπλεκομένων, καθώς και στον πολλαπλασιασμό των ευκαιριών ανανέωσης / εκσυγχρονισμού. Σε αυτό το πλαίσιο μπορεί να επιτευχθεί η μελέτη της τουριστικής αγοράς, εφόσον ληφθούν υπόψη αφενός μεν οι ιδιαιτερότητες του τουρισμού και οι εξωγενείς παράγοντες που τον επηρεάζουν, αφετέρου δε η προσέγγιση του κρίσιμου μεγέθους.

Ο προσδιορισμός της δυναμικής του τουριστικού τομέα και κατ' επέκταση η εφαρμογή των στρατηγικών ενός «ποιοτικού εκσυγχρονισμού» μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη βοήθεια της ανάλυσης των εξωγενών επιδράσεων, των καμπυλών τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, του μοντέλου του κύκλου ζωής, της καμπύλης τουριστικής συχνότητας και της καμπύλης εφοδιαστικής αλυσίδας (*logistics*) στο πλαίσιο των συνεχών μεταβολών που επιτελούνται σε διεθνές επίπεδο (Mansfield, 1995, Tooman, 1997).

2. Η έννοια των εξωγενών επιδράσεων στον τουρισμό

Η ανάλυση της εξέλιξης και της οικονομικής ανάπτυξης του τουριστικού τομέα χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό ως υποστηριζόμενη από την οικονομική θεωρία των δικτύων. Η θεωρία των δικτύων αναπτύχθηκε τη δεκαετία του '80, με κύρια επιδίωξη την κατανόηση της διαδικασίας «εξάπλωση-υλοποίηση / εφαρμογή» στην ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και της πληροφόρησης, η οποία στηρίχτηκε σε μεγάλο βαθμό στην έννοια των εξωτερικών επιδράσεων.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο όρο για να περιγράψουν τις συνθήκες, βάση των οποίων η κατανάλωση ενός ατόμου επηρεάζει άμεσα το βαθμό ευημερίας ενός άλλου ατόμου. Στα πλαίσια αυτής της προσέγγισης φαίνεται ότι υφίστανται δύο τύποι εξωτερικών επιδράσεων:

- οι θετικές εξωτερικές επιδράσεις (πληροφόρηση, εξειδίκευση, ανάπτυξη, κ.λπ.),
- οι αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις (μόλυνση του περιβάλλοντος, αισθητική ρύπανση, εξάρτηση, κ.λπ.).

Η ύπαρξη εξωτερικών επιδράσεων σε παραγωγικές και καταναλωτικές δραστηριότητες δικαιολογούν τις παρεμβατικές ενέργειες του κράτους στην οικονομία (Wanhill, 2000: 222-242). Το κράτος ενθαρρύνει την ανάπτυξη δραστηριοτήτων οι οποίες επενεργούν στη δημιουργία θετικών επιδράσεων (π.χ. επιχορηγήσεις έρευνας και εκπαίδευσης), ενώ αντίθετα περιορίζει την ενεργοποίηση δράσεων που προκαλούν αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις (π.χ. φορολόγηση των δραστηριοτήτων που μολύνουν το φυσικό περιβάλλον). Βασικά η θεωρία των δικτύων χρησιμοποιείται για να υπολογιστεί ο βαθμός ανάπτυξης και οι δυνατότητες πρόσβασης των πληροφοριακών δικτύων, οι οποίες παρέχονται μέσα από δύο επιλογές (Σακελλαρίδης, 1999: 15-22, Buhalis, 2000b: 163 – 180):

- τα Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων (*Computerized Reservation Systems – CRS*) και τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (*Global Distribution Systems – GDS*),
- το Παγκόσμιο Πλέγμα Πληροφοριών (*World Wide Web – WWW*), μέσω του Διαδικτύου *Internet*.

Είναι προφανές ότι οι τεχνολογικές εξελίξεις διαμορφώνουν νέα δεδομένα στην τουριστική δραστηριότητα σε δύο κυρίως πεδία: στις επιλογές των τουριστών και στην παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων (Sheldon, 1997, Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001:123-125). Ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να γίνει για τους «ηλεκτρονικούς ενδιάμεσους» (*e-Mediaries*), στους οποίους περιλαμβάνονται εκτός από τους παραδοσιακούς (*GDS, Viewdata, Teletext*) και νέοι κύριοι διαχειριστές προορισμών, όπως αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, εθνικοί οργανισμοί τουρισμού, ταξιδιωτικά πρακτορεία, κρατήσεις της τελευταίας στιγμής, *portals, vortals* - καθετοποιημένα δηλαδή εξειδικευμένα, όπως για παράδειγμα *portals* για το γκολφ -, μέσα επικοινωνίας, ιστότοποι δημοπρασιών, κ.λπ. (Buhalis and Licata, 2002: 207-220). Τελικά όλοι οι ενδιάμεσοι στο τουριστικό κύκλωμα τείνουν να μετατραπούν σε «ηλεκτρονικούς ενδιάμεσους» λόγω της εκτεταμένης χρήσης των πληροφοριακών συστημάτων και του διαδικτύου από όλες τις συναφείς επιχειρήσεις. Περαιτέρω η απουσία συνόρων στον «κυβερνοχώρο» καθιστά όλους τους εμπλεκόμενους στον τουριστικό τομέα ανταγωνιστές μεταξύ τους, ανεξαρτήτως της νομικής ή πραγματικής τους έδρας.

Επομένως φαίνεται οι εξωτερικές επιδράσεις των δικτύων να αποτελούν έναν ιδιαίτερο τύπο εξωτερικών επιδράσεων βάση των οποίων η ωφέλεια ενός ατόμου που απορρέει από ένα αγαθό εξαρτάται από τον αριθμό των ατόμων που καταναλώνουν το συγκεκριμένο αγαθό. Δηλαδή η αξία ενός δικτύου πληροφόρησης - επικοινωνίας σχετίζεται άμεσα με τον αριθμό των ατόμων που είναι συνδεδεμένα με το συγκεκριμένο δίκτυο. Σε διεθνές επίπεδο το Διαδίκτυο (*Internet*) στηρίζει τη λειτουργία του στη διασύνδεση διασκορπισμένων σε όλο τον κόσμο κόμβων (υπολογιστών που διαθέτουν πληροφορίες στο *Internet*) και ενδιάμεσων χρηστών, οι οποίοι συνδέονται με τον προσωπικό τους υπολογιστή και αυτόματα αποκτούν τη δυνατότητα επικοινωνίας με άλλους χρήστες παγκοσμίως. Ο κατάλογος των υπηρεσιών του *Internet* είναι ευρύτατος και, ως εκ τούτου, οι

δυνατότητες που προσφέρει η χρήση του (O'Connor, 1999, Smith and Jenner, 1998: 62-81), όπως:

- άμεση πρόσβαση σε πολυάριθμες και ποικίλες πηγές πληροφόρησης σε παγκόσμια κλίμακα,
- προβολή και προώθηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών,
- πώληση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Οι εξωτερικές επιδράσεις των δικτύων στον τουρισμό δεν προσλαμβάνουν ωστόσο την ευρύτητα που παρουσιάζουν στον τομέα της βιομηχανίας, της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, διότι το επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης ενός προορισμού εξαρτάται από έναν αριθμό ερμηνευτικών μεταβλητών της χωρικής ενότητας (Gordon, 1994: 281-308), όπως φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, τουριστική υποδομή, ανωδομή, καθώς και από την παρουσία του «υποκειμένου – τουρίστα». Η διαμόρφωση επομένως μιας πρωτογενούς «τουριστικής μάζας» προσδίδει τουριστική αξία σε έναν προορισμό. Η ένταση των τουριστικών ροών, ο βαθμός συχνότητας των τουριστών και η τουριστική συμπεριφορά αντιπροσωπεύουν ένα ιδιαίτερο τύπο εξωτερικών επιδράσεων της τουριστικής κατανάλωσης (Inskeep, 1997: 238-240).

Ο βαθμός ελκυστικότητας ενός ξενοδοχειακού καταλύματος, ενός εστιατορίου, μιας παραλίας ή ενός θεματικού πάρκου συχνά επηρεάζεται από συγκεκριμένα καταναλωτικά πρότυπα που ενέχουν τις ρίζες τους σε μια συμπεριφορά μιμητισμού. Αυτή η συμπεριφορά, εκ πρώτης όψεως, φαίνεται να επιβεβαιώνει το γεγονός ότι οι τουρίστες – καταναλωτές, σε αντίθεση με τις διαπιστώσεις της οικονομικής θεωρίας, συμπεριφέρονται με μη ορθολογικό τρόπο. Δηλαδή αντί να ενεργούν σε συσχέτισμό με τα κύρια ενδιαφέροντα τους, αποφασίζουν βάσει των επιλογών των άλλων. Το φαινόμενο της συχνότητας / χωρικής συγκέντρωσης των τουριστών-καταναλωτών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο πρόβλημα της ασυμμετρίας της πληροφόρησης σε συσχέτισμό με τη βιοτεχνική δομή του τουριστικού προϊόντος. Ως εκ τούτου, η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών φαίνεται να επηρεάζεται από τους άλλους τουρίστες, εφόσον η παρατήρηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των μεν από τους δε ανάγεται σε κύριο παράγοντα πληροφόρησης (Pearce, 1993: 264-267). Ο τουρίστας όμως δεν καταναλώνει αποκλειστικά τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες (καταλύματα, οργανωμένες παραλίες, εστιατόρια, κ.λπ.) αυτά καθ' εαυτά, αλλά προσελκύεται και από το πλαίσιο (περιβάλλον, ατμόσφαιρα) εντός του οποίου διαμορφώνονται τα παραπάνω και το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της αξίας του τουριστικού προϊόντος. Επομένως φαίνεται να διαμορφώνεται ένα σκεπτικό, βάσει του οποίου ο τουρίστας δεν επιλέγει έναν τουριστικό προορισμό γιατί ο συγκεκριμένος προορισμός εμφανίζει κάποια τουριστική αξία, αλλά ο τουριστικός προορισμός αποκτά ελκυστικότητα γιατί οι τουρίστες επιλέγουν να τον επισκεφθούν

(Βαρβαρέσος, 2008 : 73-77).

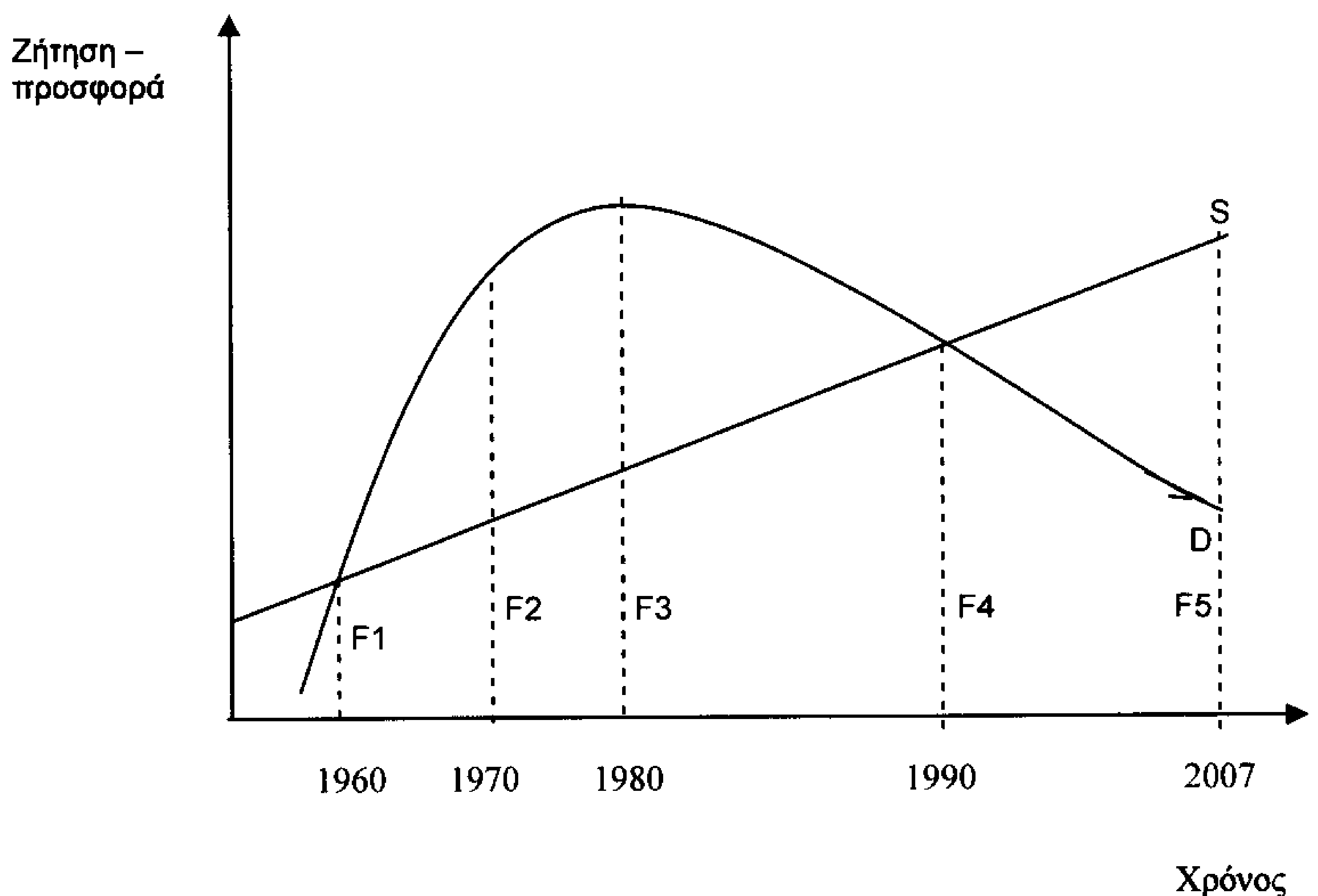
3. Οι καμπύλες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς

Οι καμπύλες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε έναν τουριστικό προορισμό απεικονίζουν τη σχέση που διαμορφώνεται μεταξύ των τουριστικών

αφίξεων και διαθεσίμων ξενοδοχειακών κλινών σε ένα συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα. Ουσιαστικά, μέσα από την παραπάνω σχέση αντανακλάται, ποσοτικά και ποιοτικά, η αλλοδαπή και ημεδαπή ζήτηση για το προσφερόμενο σφαιρικό τουριστικό προϊόν της χωρικής ενότητας υποδοχής.

Στο Διάγραμμα 1 που αντιπροσωπεύει την ελληνική περίπτωση, παρουσιάζεται η σχέση που διαμορφώνεται μεταξύ των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών¹ στα σύνορα της χώρας και ξενοδοχειακών κλινών τη χρονική περίοδο 1960 έως 2007. Φυσικά δεν λαμβάνεται υπόψη στην καταγραφή των ξενοδοχειακών κλινών ένας αρκετά μεγάλος αριθμός κλινών στα βοηθητικά τουριστικά καταλύματα, μέγεθος που θα οδηγούσε σε μεγάλη αύξηση των ξενοδοχειακών κλινών κατά την μετά το 1980 περίοδο, ακόμα και σε διπλασιασμό τους, κυρίως το χρονικό διάστημα 1990 – 2007.

Διάγραμμα 1: Καμπύλη τουριστικής ζήτησης – προσφοράς (Ελλάδα 1960 – 2007)



Όπως φαίνεται από το παραπάνω Διάγραμμα 1, οι καμπύλες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, απεικονίζουν μια πλεονασματική αλλοδαπή ζήτηση για τουριστικά αγαθά κι υπηρεσίες τη χρονική περίοδο 1960 έως 1990, η οποία επιχειρήθηκε να

¹ Τη χρονική περίοδο 1960 – 2007 η διαμορφούμενη σχέση μεταξύ διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας σε ποσοστό 75% ικανοποιούνταν από μια αλλοδαπή ζήτηση ενώ μόλις το 25% από μια ημεδαπή.

ικανοποιηθεί στα πλαίσια μιας αυθόρμητης / μη σχεδιασμένης τουριστικής ανάπτυξης, με την κατασκευή και διάθεση νέων κλινών πρώτιστα σε συμπληρωματικά και δευτερευόντως σε κύρια τουριστικά καταλύματα.

Η αδυναμία ουσιαστικής υιοθέτησης του πρότυπου της σχεδιασμένης τουριστικής ανάπτυξης και της έγκαιρης μετάβασης σε αυτό από το πρότυπο της αυθόρμητης τουριστικής ανάπτυξης, οδήγησε σε μια υπερπροσφορά κλινών σε κύρια και συμπληρωματικά καταλύματα με αποτέλεσμα η καμπύλη ζήτησης να τοποθετείται κάτω από την καμπύλη τουριστικής προσφοράς, εφόσον η διαχρονική αύξηση του αριθμού των κλινών υπήρξε μεγαλύτερη από εκείνη του αριθμού των αλλοδαπών επισκεπτών τη χρονική περίοδο 1980-2007. Το διαμορφούμενο τρίγωνο S, F5, F4 αναπαριστά το μέγεθος της υπερπροσφοράς τουριστικών καταλυμάτων. Η καμπύλη της τουριστικής ζήτησης όπως παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1, μπορεί να παραβληθεί με την καμπύλη του κύκλου ζωής που αναλύεται στη συνέχεια, τοποθετώντας το ελληνικό τουριστικό προϊόν στα πλαίσια της διαμορφούμενης σχέσης ζήτησης – προσφοράς, στη φάση της ωρίμανσης-παρακμής. Όμως και στις δύο περιπτώσεις σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της καμπύλης ζήτησης και του κύκλου ζωής, διαδραματίζει η ύπαρξη εξωτερικών επιδράσεων, που αφορούν σε μεγάλο βαθμό την καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών.

4. Η καμπύλη του κύκλου ζωής

Ο «κύκλος ζωής» στα πλαίσια της οικονομικής ανάλυσης υποδηλώνει ουσιαστικά τη διαδοχή σταδίων από τα οποία διέρχεται ένα προϊόν από τη δημιουργία έως την παρακμή του. Ο R.W. Butler (1980) πρότεινε την εφαρμογή ενός μοντέλου βασισμένου στον κύκλο ζωής, όπου επιχείρησε την καταγραφή της διαδικασίας βάση της οποίας μια χωρική ενότητα μετατρέπεται σταδιακά σε τουριστικό προορισμό, ο οποίος υπόκειται σε μια διαχρονική εναλλαγή φάσεων. Απόρροια αυτής της εναλλαγής φάσεων και εφόσον δεν υπάρξουν διορθωτικές ενέργειες, είναι η φάση της παρακμής όπου παρατηρείται μείωση των αφίξεων, χαμηλή πληρότητα στα τουριστικά καταλύματα, ποιοτική υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, χαμηλό κοινωνικό-οικονομικό προφίλ των τουριστών, μεγαλύτερη εκλαΐκευση του τουριστικού προϊόντος (υπερπροσφορά), διαχρονική αντικατάσταση μιας επιλεκτικής πελατείας από μία μαζική και οργανωμένη, δυσανάλογοι συσχετισμοί μεταξύ τιμής και ποιότητας των προσφερομένων προϊόντων, κ.λπ. (Butler, 1997: 109-125).

Το μοντέλο του κύκλου ζωής αποκτά μια μεγάλη χρηστικότητα εφόσον η υιοθέτηση του αντανάκλα τις κοινώς γνωστές και αποδεκτές έννοιες της ευθύγραμμης εξέλιξης, όπως αυτές απαντώνται στην καθημερινότητα και κατ'επέκταση στον τουρισμό. Η S. Agarwal (1997), αναφορικά με την μονάδα ανάλυσης (*unit of analysis*), επισημαίνει ότι ένας τουριστικός προορισμός δεν αποτελεί ένα απλό προϊόν, αλλά συντίθεται από πολλά επιμέρους προϊόντα (ξενοδοχειακά καταλύματα, ταξιδιωτικά πρακτορεία, θεματικά πάρκα, κ.λπ.), καθένα από τα οποία διαγράφει το δικό του κύκλο ζωής. Ο L.A. Tooman (1997) υπογραμμίζει ότι ενώ ένα (τυπικό μη τουριστικό) προϊόν παραμένει αμετάβλητο και μεταβάλλονται οι προσπάθειες προώθησης του (αλλαγή του προϊόντος δηλώνει νέα θέση στον κύκλο ζωής), ο τουριστικός προορισμός ως ένα σφαιρικό προϊόν,

υφίσταται μια εξελικτική διαδικασία συνεχών μεταβολών, ανταποκρινόμενος κατ' αυτόν τον τρόπο στις μεταβολές που επιτελούνται στην τουριστική ζήτηση και προσφορά. Ως εκ τούτου, φαίνεται ότι οποιαδήποτε εξέλιξη μπορεί να θεωρηθεί εφικτή. Ωστόσο, οφείλεται να επισημανθεί ότι παρατηρείται μια αμφισβήτηση ως προς τη δυνατότητα του μοντέλου του κύκλου ζωής να προβλέπει (Getz, 1992: 752-770, Digence, 1997: 452-454), ενώ γίνεται αποδεκτή η αξία του ως ενός εργαλείου περιγραφικού εκ των υστέρων (Butler, 2000: 284-299).

Το σύστημα κυκλικής ανάπτυξης του τουριστικού προορισμού ή διαφορετικά ο κύκλος ζωής του, επηρεάζεται ή διαμορφώνεται από ποικίλους παράγοντες (Κομίλης, 2001: 27-30). Παρόλο που δεν είναι απόλυτα επιστημονικά θεμελιωμένο σε ποια έκταση επηρεάζει ο κάθε παράγοντας τη δημιουργία θετικών ή αρνητικών επιδράσεων στην τουριστική ανάπτυξη μιας χωρικής ενότητας, υποστηρίζεται εντούτοις ότι τρεις κατηγορίες παραγόντων επιδρούν στον κύκλο ζωής ενός τουριστικού προορισμού (Cooper *et al.*, 1997):

- Η «ελκυστικότητα του τουριστικού προϊόντος» και ειδικότερα των προσφερόμενων υπηρεσιών τουριστικής κατανάλωσης, σε συνάρτηση με τις τιμές (*value for money*).
- Η «προσαρμοστικότητα της χωρικής ενότητας υποδοχής» στις μεταβολές της τουριστικής ζήτησης, κυρίως στα πλαίσια μιας επιμέρους αποδοχής όπου ο τουρισμός εκλαμβάνεται ως ένα φαινόμενο μόδας το οποίο λανσάρεται και «οριοθετείται» σε μεγάλο βαθμό από τις επιδιώξεις / στρατηγικές των *Tour operators* (Gratton and Richards, 1997: 213-226).
- Η «τουριστική χωρητικότητα» της χωρικής ενότητας υποδοχής σε συνάρτηση με τη συνολική ικανότητα του υφιστάμενου τουριστικού συστήματος.

Φαίνεται επομένως ότι είναι αρκετά δύσκολο να προβλεφθεί με ακρίβεια η διάρκεια ζωής ενός τουριστικού προορισμού, παρόλο που μπορεί να απεικονιστεί η τροχιά που πρόκειται να διαγράψει (Haywood, 1992: 351-354). Ο κύκλος ζωής των περισσότερων τουριστικών προορισμών από την εμφάνιση μέχρι την παρακμή τους μπορεί να διαιρεθεί σε ένα αριθμό φάσεων, όπως: λανσάρισμα, ανάπτυξη, ωριμότητα, παρακμή (Tocquer *et Zins*, 1989: 166-170, Doswell, 1997: 54-55) ή της κυοφορίας / έρευνας, λανσαρίσματος, ανάπτυξης, ωριμότητας, παρακμής (Lanquar *et Hollier*, 2001: 36-38), ή του λανσαρίσματος, ανάπτυξης, ωριμότητας, κορεσμού, παρακμής (Ηγουμενάκης, 2000: 200-214).

Οι φάσεις του κύκλου ζωής μπορεί επίσης να απεικονιστούν στα Έξι Έψιλον (E.E.)²: Εξερεύνηση (*Exploration*), Εμπλοκή (*Involvement*), Εξέλιξη (*Development*), Εδραίωση (*Consolidation*), Έμφραξη (*Stagnation*), Επέκεινα (*Post-stagnation*). (Butler 1980: 5-12, Hovinen 1981: 283-286, 1982: 570-573, Formica and Uysal, 1996: 323-331).

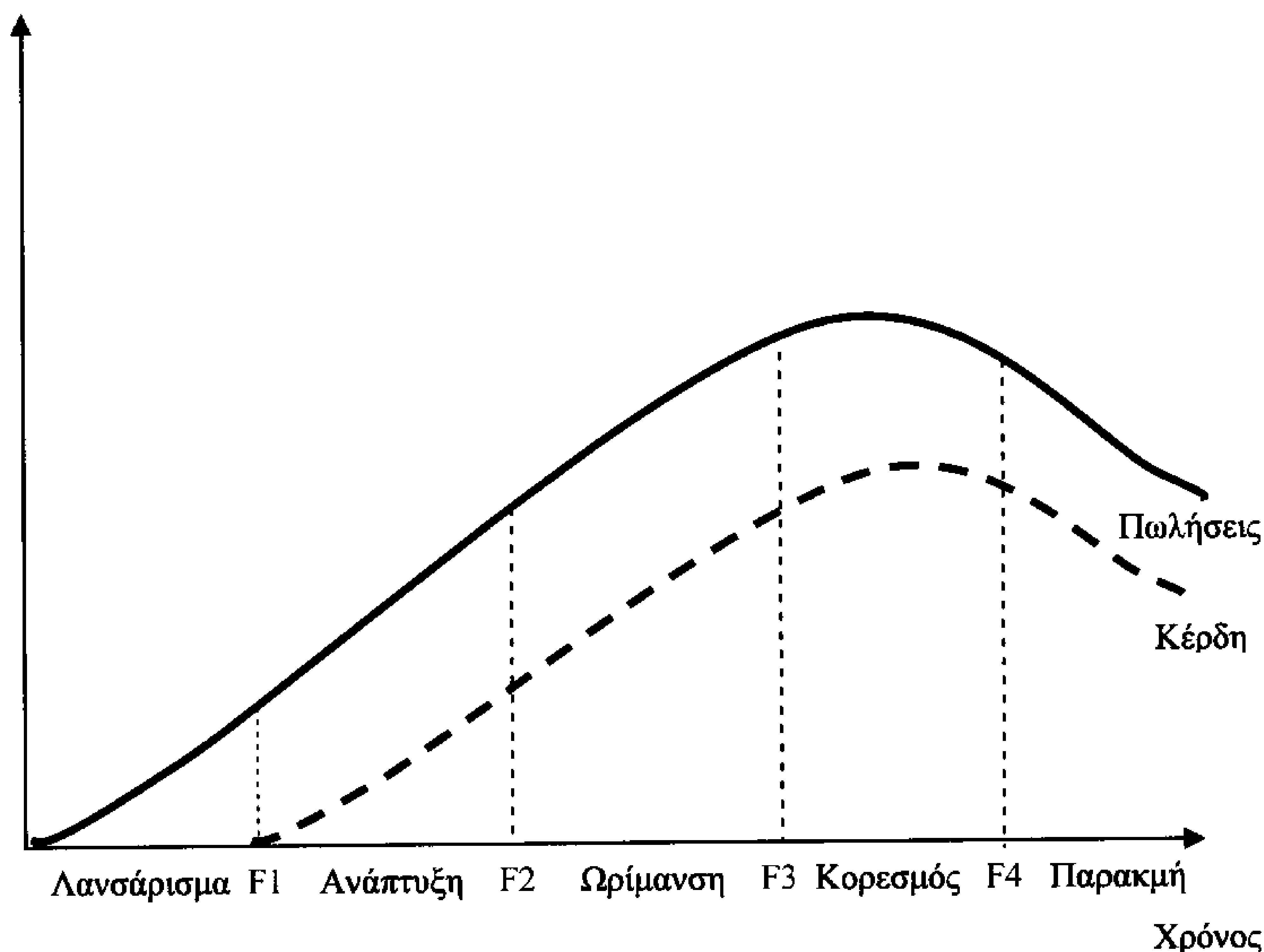
Λόγω της συνύπαρξης χαρακτηριστικών που προσιδιάζουν σε διαφορετικές εξελικτικές φάσεις ταυτόχρονα σε μια χωρική ενότητα, ο G. Hovinen προτείνει την

² Οι ονομασίες των φάσεων δεν ανταποκρίνονται σε μια επακριβή μετάφραση, αλλά σε μια παραπλήσια ώστε να υπόκεινται στον προτεινόμενο μνημοτεχνικό κανόνα (E.E.).

αντικατάσταση των φάσεων «εδραίωσης» και «έμφραξης» με την φάση της «ωριμότητας» (*maturity*).

Διάγραμμα 2: Ο κύκλος ζωής και οι φάσεις του

Κέρδη
& Πωλήσεις



Το φαινόμενο της συνύπαρξης διαφορετικών χαρακτηριστικών δεν είναι ασύνδετο και με την επισήμανση της S. Agarwal (1997), ενώ ο T. Baum (1998) προτείνει τη φάση της «επανεφεύρεσης» που μπορεί να είναι μια περίπτωση «ανανέωσης» κατά την οποία ο κύκλος ζωής φαίνεται να αποτελεί χρήσιμο μεθοδολογικό εργαλείο και πλαίσιο ανάλυσης που μπορούμε να εφαρμόσουμε για έναν τουριστικό προορισμό, ιδίως εκ των υστέρων. Επομένως καθίσταται εφικτός και επιβεβαιώνεται μαθηματικά (Lundrup and Wanhill, 2001: 947-964) ο διαχωρισμός των φάσεων του κύκλου ζωής με την βοήθεια μιας ακολουθίας χαρακτηριστικών γνωρισμάτων, χωρίς ωστόσο να υπεκφεύγει ότι στον πραγματικό (και όχι ιστορικό) χρόνο, η αναγνώριση των φάσεων – και πολύ περισσότερο των χρονικών στιγμών της μετάβασης από τη μια φάση στην άλλη – είναι εξαιρετικά δύσκολη, αν όχι αδύνατη.

Οι παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση των φάσεων του κύκλου ζωής των τουριστικών προορισμών γενικότερα και των επιμέρους προϊόντων ειδικότερα διακρίνονται σε:

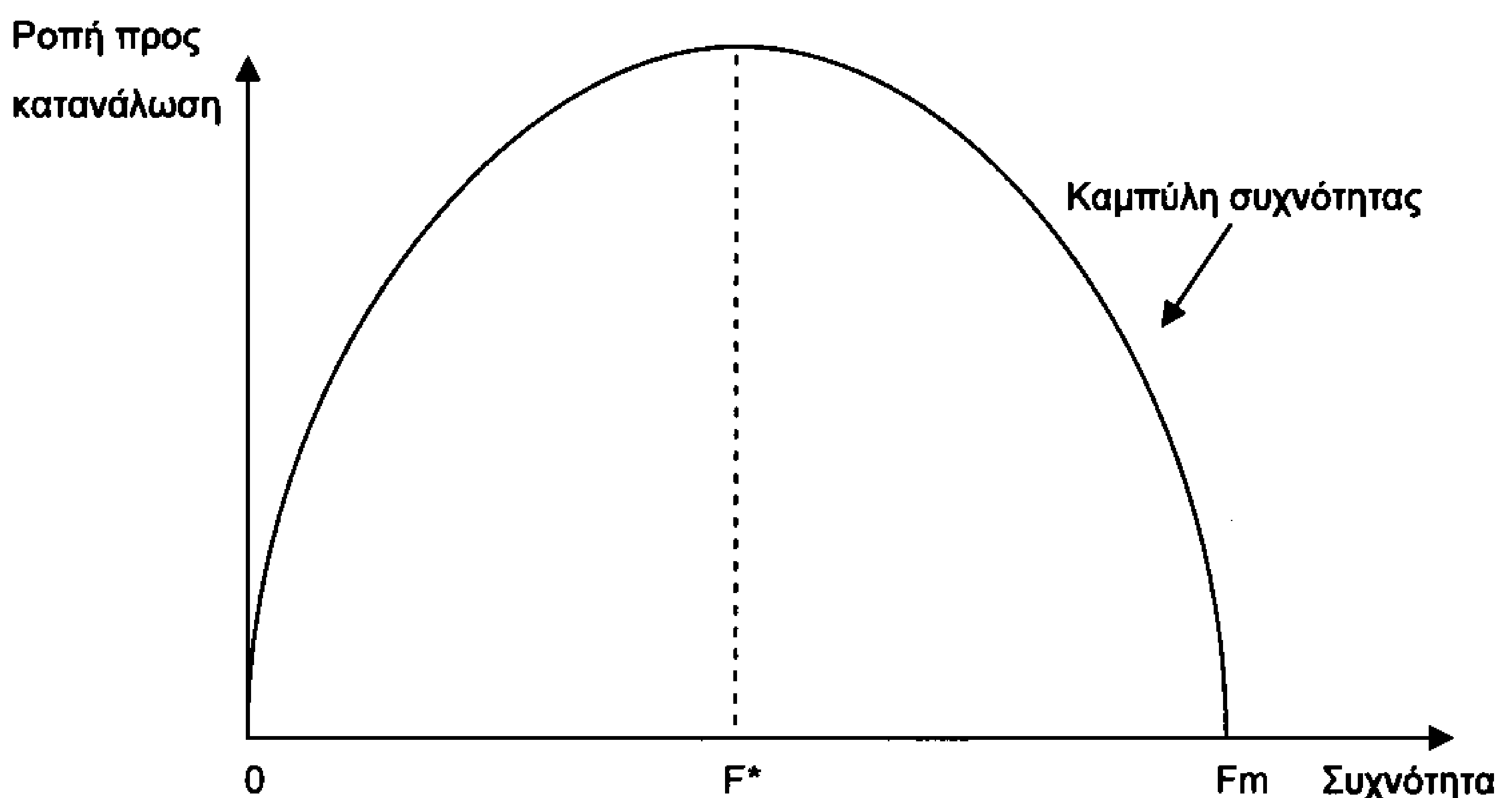
(α) Ενδογενείς: βαθμός οικονομικής ανάπτυξης μιας χωρικής ενότητας και προσπελασιμότητα, επιχειρηματικές αποφάσεις, πολιτικές αποφάσεις – οικονομικά κίνητρα, θεσμικό πλαίσιο, κανονιστικές διατάξεις, δημόσιες επενδύσεις, προώθηση συνεργασιών, κ.λπ. (Ioannides, 1992: 711-731, Agarwal, 1994).

(β) Εξωγενείς: ανταγωνιστικοί προορισμοί (N.T.X.), μεταβαλλόμενες τυπολογίες τουριστών, μεγεθύνσεις των *Tour operators*, ξενοδοχειακών και αεροπορικών εταιρειών, κ.λπ.

5. Η καμπύλη τουριστικής συχνότητας

Η ύπαρξη εξωτερικών επιδράσεων της τουριστικής κατανάλωσης ενέχει σημαντική βαρύτητα στη διαμόρφωση της καμπύλης της τουριστικής ζήτησης. Παραδοσιακά η καμπύλη ζήτησης απεικονίζει τη μέγιστη τιμή που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές προκειμένου να αποκτήσουν μια ποσότητα ενός συγκεκριμένου αγαθού. Βάσει των εξωτερικών επιδράσεων της κατανάλωσης, διαφαίνεται ότι η αξία ενός αγαθού εξαρτάται από τον αριθμό των ατόμων που καταναλώνουν το συγκεκριμένο αγαθό. Το Διάγραμμα 3 απεικονίζει μια ιδιαίτερη καμπύλη ζήτησης που αποκαλείται «καμπύλη συχνότητας» και εκφράζει τη διαθεσιμότητα των δυνητικών τουριστών να καταναλώσουν ένα οποιοδήποτε προϊόν σε συσχετισμό με το βαθμό τουριστικής συχνότητας (π.χ. ο τουριστικός προορισμός Χ, το ξενοδοχείο Ψ, το εστιατόριο Ζ, κ.λπ.).

Διάγραμμα 3: Η καμπύλη τουριστικής συχνότητας υπό την επήρεια των εξωτερικών επιδράσεων



Το Διάγραμμα 3 παρουσιάζει μια κλειστή καμπύλη η οποία αποτελεί ουσιαστικά το συγκεκριασμό δύο φαινομένων:

(α) Στη φάση ανόδου / ανάπτυξης, το τουριστικό προϊόν προσλαμβάνει αξία στην αντίληψη των δυνητικών τουριστών – καταναλωτών με την αύξηση της συχνότητας επισκεψιμότητας. Η συχνότητα αυτή αντιπροσωπεύει συγχρόνως και μια ένδειξη του μεγέθους της τουριστικής αγοράς, θεωρούμενη ταυτόχρονα ως ποιοτική μεταβλητή. Στη συγκεκριμένη φάση οι εξωτερικές επιδράσεις της κατανάλωσης είναι θετικές, δηλαδή η μεγέθυνση των τουριστικών ροών αυξάνει την αξία του προϊόντος, επενεργώντας έτσι με θετικό τρόπο (βλέπε επίσης Διάγραμμα 1).

(β) Στη φάση της καθόδου / μείωσης, η ροπή προς κατανάλωση μειώνεται με την αύξηση της συχνότητας των τουριστών και ως εκ τούτου και η αξία του τουριστικού προϊόντος. Σ' αυτή τη φάση οι εξωτερικές επιδράσεις της κατανάλωσης μεταβάλλονται σε αρνητικές. Φαινόμενα όπως η συνύπαρξη μεγάλου αριθμού ατόμων (μεγάλος χρόνος αναμονής για εξυπηρέτηση), η αισθητική και περιβαλλοντική ρύπανση, κ.λπ. που μειώνουν το βαθμό ικανοποίησης των τουριστών επιδρούν αρνητικά στην αξία του προϊόντος. Πρόκειται για ένα φαινόμενο που παρατηρείται συχνά στα αεροδρόμια (π.χ. Αεροδρόμιο Ηρακλείου Κρήτης) και στα πολυσύχναστα παραθεριστικά κέντρα (π.χ. Μύκονος), (Σωτηριάδης, 1994: 107-110, Σπιλάνης, 2000: 174-180).

Τρεις διαπιστώσεις διατυπώνονται σ' αυτό το στάδιο ανάλυσης:

(α) Στο σημείο 0 η αξία του τουριστικού προϊόντος είναι μηδενική, εφόσον ο βαθμός τουριστικής συχνότητας είναι μηδενικός, γεγονός που αποδεικνύει ότι η παρουσία των τουριστών συμβάλει στην ανάδειξη και αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος.

(β) Στο σημείο F^* που αντιπροσωπεύει το σημείο μεταβολής, η ροπή προς κατανάλωση των τουριστών λαμβάνει τη μέγιστη τιμή. Μετά από αυτό το σημείο η ροπή προς κατανάλωση των τουριστών αρχίζει να μειώνεται. Ως εκ τούτου, εάν επιθυμούμε να συνεχίσουμε να προσελκύουμε τουρίστες πρέπει να επέλθει μείωση των τιμών εφόσον το πέρασμα από το σημείο F^* ερμηνεύεται ως υποβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

(γ) Στο σημείο F_m η τουριστική συχνότητα λαμβάνει τη μεγαλύτερη ένδειξη, αλλά η ροπή προς κατανάλωση των τουριστών γίνεται μηδενική. Το συγκεκριμένο επίπεδο τουριστικής συχνότητας αντιπροσωπεύει κατά κάποιο τρόπο τη φάση του κορεσμού (βλέπε επίσης Διάγραμμα 2).

Η τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας αποτελεί ενδεικτική περίπτωση εφαρμογής των παραπάνω. Το Ελληνικό κράτος και κατ' επέκταση η εθνική τουριστική πολιτική, στήριξε για μεγάλα χρονικά διαστήματα την τουριστική μεγέθυνση της χώρας στις υποτιμήσεις της δραχμής προκειμένου να επιτύχει μια αύξηση της τουριστικής συχνότητας (Βαρβαρέσος 2000α: 100-103). Σύμφωνα με την προηγηθείσα ανάλυση φαίνεται ότι μια παρόμοια στρατηγική δεν είναι βιώσιμη, εφόσον το πέρασμα του σημείου F^* (μεταβολή) απεικονίζει μια υποβάθμιση της ποιότητας της τουριστικής διαμονής, η οποία επενεργεί αρνητικά στην εικόνα του τουριστικού προορισμού (Lanquar et Hollier, 2001: 19-20), ενώ τίθενται περιορισμοί / όρια στη μείωση των τιμών. Στην περίπτωση της Ελλάδας, η είσοδος της χώρας στην ζώνη του ευρώ και η εφαρμογή ενός συστήματος σταθερών ισοτιμιών στο εσωτερικό της συγκεκριμένης νομισματικής ζώνης, απόρροια της

συνθήκης του Maastricht, λειτούργησε απαγορευτικά για τη χώρα ως προς τη συνέχιση μιας πολιτικής νομισματικών υποτιμήσεων.

Από την προηγηθείσα ανάλυση φαίνεται να προκύπτει η αναγκαιότητα υιοθέτησης και εφαρμογής μιας ενεργητικότερης στρατηγικής βελτίωσης της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και ανανέωσης της τουριστικής προσφοράς (Pearce, 1993: 257-261, Σωτηριάδης, 1994: 225-230), προκειμένου να επέλθει μια αναδιάρθρωση, υποστήριξη και ενίσχυση της τουριστικής συχνότητας.

6. Οι ισορροπίες

Η ανάλυση της δυναμικής της τουριστικής αγοράς, στο πλαίσιο των εξωτερικών επιδράσεων της τουριστικής κατανάλωσης, μπορεί να επιτευχθεί με τη βοήθεια της καμπύλης προσφοράς. Η καμπύλη προσφοράς απεικονίζει και προσδιορίζει παράλληλα τη σχέση που διαμορφώνεται μεταξύ της ποσότητας ενός αγαθού και της τιμής του. Στα πλαίσια μιας επιχειρούμενης απλοποίησης, θεωρούμε ότι το τουριστικό προϊόν είναι απόρροια μιας συγκεκριμένης τεχνογνωσίας και παρίσταται στο Διάγραμμα 4 από μια καμπύλη προσφοράς, η οποία λαμβάνει τη μορφή μιας οριζόντιας γραμμής (E) και αντιστοιχεί σε μια τιμή ισοδύναμη του μέσου κόστους³. Η αγορά είναι το αποτέλεσμα της διαμορφούμενης σχέσης μεταξύ της ζήτησης και της προσφοράς. Στο Διάγραμμα 4 η ζήτηση απεικονίζεται από την καμπύλη συχνότητας, ενώ η προσφορά από την οριζόντια γραμμή.

Το διάγραμμα 4 απεικονίζει την ύπαρξη δύο σημείων όπου η προσφορά εξισορροπεί με τη ζήτηση (E1, E2). Στο σημείο E1 επιτυγχάνεται η «ισορροπία χαμηλής συχνότητας» η οποία εκλαμβάνεται από μέρους των τουριστών ως μια ένδειξη μη ικανοποιητικής ποιότητας των προσφερομένων αγαθών και υπηρεσιών. Έτσι φαίνεται να διαμορφώνεται η άποψη ότι οι τουρίστες δεν είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα προκειμένου να αποκτήσουν τα συγκεκριμένα αγαθά ή υπηρεσίες.

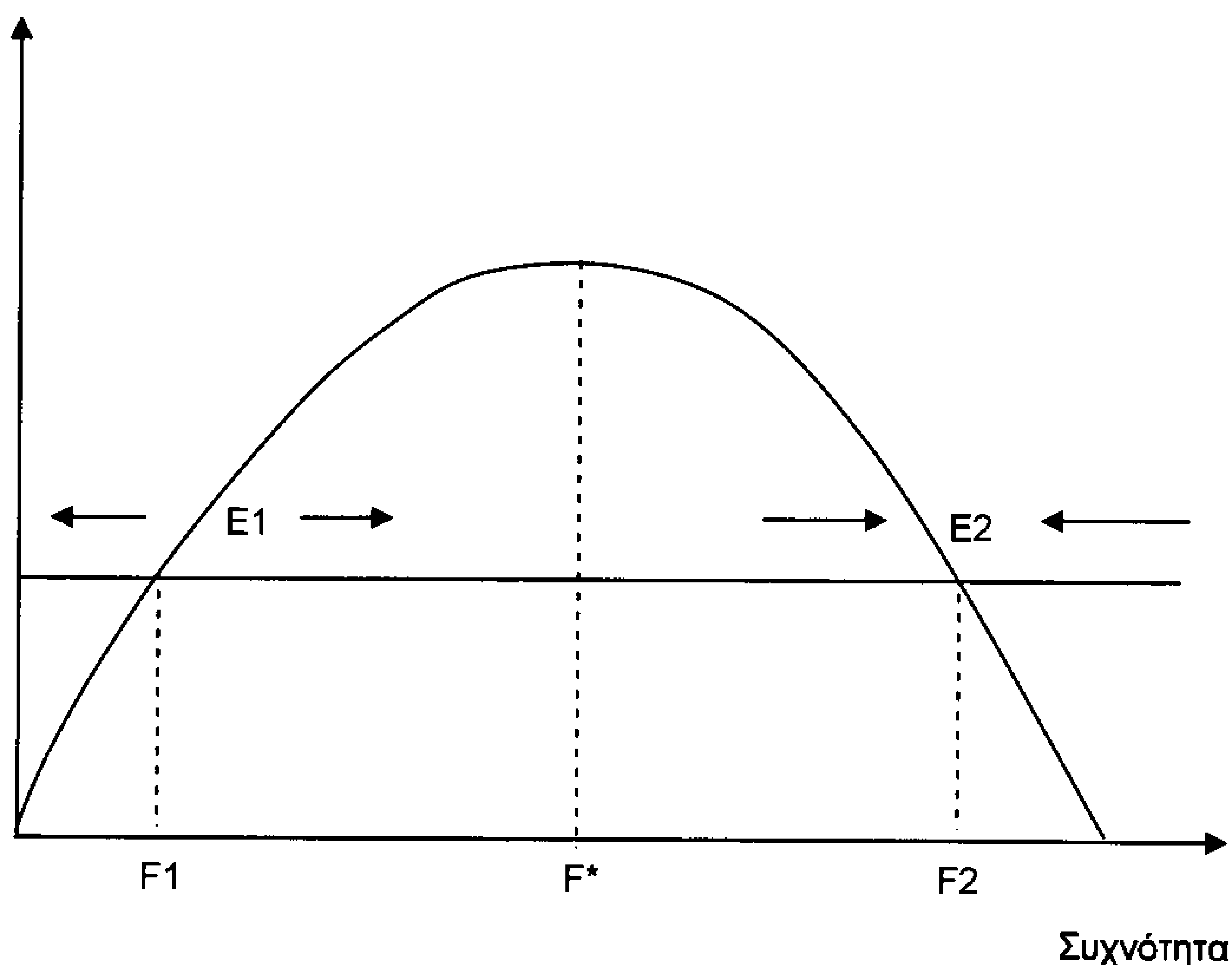
Το σημείο E2 απεικονίζει μια «ισορροπία υψηλής συχνότητας» η οποία διαμορφώνεται στο επίπεδο E2. Μια αντίστοιχου τύπου ισορροπία χαρακτηρίζει τους τουριστικούς προορισμούς που εκλαμβάνονται ως προορισμοί μαζικού τουρισμού. Στη συγκεκριμένη περίπτωση οι τιμές διαμορφώνονται σε χαμηλά επίπεδα διότι οι τουρίστες δεν προσδίδουν μεγάλη αξία στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν παρόλη την υψηλή συχνότητα. Θα πρέπει να υπογραμμιστεί στο σημείο αυτό ότι στο συγκεκριμένο επίπεδο οι εξωτερικές αρνητικές επιδράσεις υπερσχύουν των θετικών κατά τέτοιο τρόπο ώστε η υψηλή συχνότητα να επιβάλλει μια αντιστρόφως ανάλογη σχέση με την ποιότητα (βλέπε επίσης Διαγράμματα 1 και 2). Εφόσον όμως ενυπάρχουν περισσότερες από μία πιθανές ισορροπίες, η μελέτη

³ Υπογραμμίζεται ότι η καμπύλη προσφοράς μετακινείται ανάλογα με τις συνθήκες κόστους παραγωγής του κλάδου. Σύμφωνα με την κλασική θεωρία κανονικά θα έπρεπε να μετατοπίζεται προς τα πάνω, λόγω της εισόδου στον κλάδο νέων παραγωγών, ως αποτέλεσμα της υπερβάλλουσας ζήτησης. Η τελική θέση της καμπύλης προσφοράς διαμορφώνεται από την αλληλεπίδραση του κόστους παραγωγής και της ενσωμάτωσης των νέων τεχνολογιών. Στο Διάγραμμα 4 έχει διατυπωθεί η υπόθεση ότι το κόστος παραγωγής του κλάδου παραμένει σταθερό.

της δυναμικής της αγοράς αποσκοπεί να προσδιορίσει ποια από αυτές τις ισορροπίες θα επικρατήσει τελικά.

Διάγραμμα 4 : Η δυναμική της τουριστικής αγοράς υπό την επήρεια των εξωτερικών επιδράσεων

Ροπή προς
κατανάλωση



Η οικονομική ανάλυση αναφέρει ότι εφόσον τα άτομα είναι διατεθειμένα να δαπανήσουν ποσό μεγαλύτερο του κόστους παραγωγής ενός αγαθού, το μέγεθος της αγοράς αυξάνει διότι ο δυνητικός παραγωγός οφείλει να ικανοποιήσει τις επιθυμίες / προσδοκίες του δυνητικού καταναλωτή. Σε αντίθετη περίπτωση το μέγεθος της αγοράς μειώνεται. Στο συγκεκριμένο παράδειγμα, όπου η καμπύλη της τουριστικής ζήτησης βρίσκεται πάνω από την καμπύλη τουριστικής προσφοράς, η τουριστική συχνότητα αυξάνεται. Τα διανύσματα του Διαγράμματος 4 απεικονίζουν την κατεύθυνση της εξελικτικής διαδικασίας προσέγγισης, ως απόρροια των σχετικών θέσεων που λαμβάνουν οι εν λόγω καμπύλες. Στα πλαίσια αυτής της δυναμικής διαδικασίας το σημείο E1, το αποκαλούμενο «χαμηλής συχνότητας», απεικονίζει μια ασταθή ισορροπία ενώ το σημείο E2, το χαρακτηριζόμενο «υψηλής συχνότητας», εκφράζει μια σταθερή ισορροπία.

Αυτές οι παρατηρήσεις μας προσφέρουν σημαντικές πληροφορίες αναφορικά με την εξειδικευμένη δυναμική της τουριστικής αγοράς. Όπως οποιοδήποτε δίκτυο πληροφόρησης απαιτεί την ύπαρξη υποδομών, άνευ των οποίων δεν μπορεί να διαμορφωθεί και να αναπτυχθεί, κατά παρόμοιο τρόπο η ανάπτυξη ενός τουριστικού προϊόντος απαιτεί την προγενέστερη ύπαρξη υποδομών άνευ των οποίων δεν θα εκλάμβανε καμία αξία ενώπιον των δυνητικών τουριστών. Ως εκ τούτου, το σημείο E1 αποτελεί το κρίσιμο σημείο το οποίο πρέπει να υπερκεραστεί ώστε το τουριστικό προϊόν ή προορισμός να εισέλθει σε μια φάση ανάπτυξης, η οποία καταλήγει σε μια σταθερή ισορροπία στο σημείο E2.

7. Ανάπτυξη και κρίσιμο μέγεθος ενός νέου τουριστικού προορισμού

Η προηγούμενη ανάλυση της δυναμικής της τουριστικής αγοράς ανέδειξε την ύπαρξη δύο σημείων ισορροπίας, εκ των οποίων το πρώτο εκλαμβάνεται ως κρίσιμο σημείο. Πράγματι, η τουριστική αγορά δεν κατευθύνεται από μόνη της στο πρώτο σημείο ισορροπίας εφόσον απαιτείται η ενεργοποίησης δράση των εμπλεκομένων στην τουριστική δραστηριότητα προκειμένου να επιτευχθεί το κρίσιμο μέγεθος ισορροπίας. Προηγουμένως εδείχθη ότι το σημείο E1, το αποκαλούμενο «χαμηλής συχνότητας», αντιπροσωπεύει ένα δυνητικό επίπεδο και ως εκ τούτου ένα κρίσιμο σημείο. Όντως ένας τουριστικός προορισμός ο οποίος δεν θα κατόρθωνε να υπερβεί το συγκεκριμένο σημείο, θα ήταν καταδικασμένος να επανέλθει σ' ένα επίπεδο χαμηλής συχνότητας. Στο συγκεκριμένο επίπεδο η οριακή ροπή προς κατανάλωση ξαναγίνεται μηδενική και κανένας παραγωγός δεν ενεργοποιείται προκειμένου να προσφέρει τουριστικά προϊόντα με αποτέλεσμα την αδυναμία αυθόρμητης ενεργοποίησης της αγοράς.

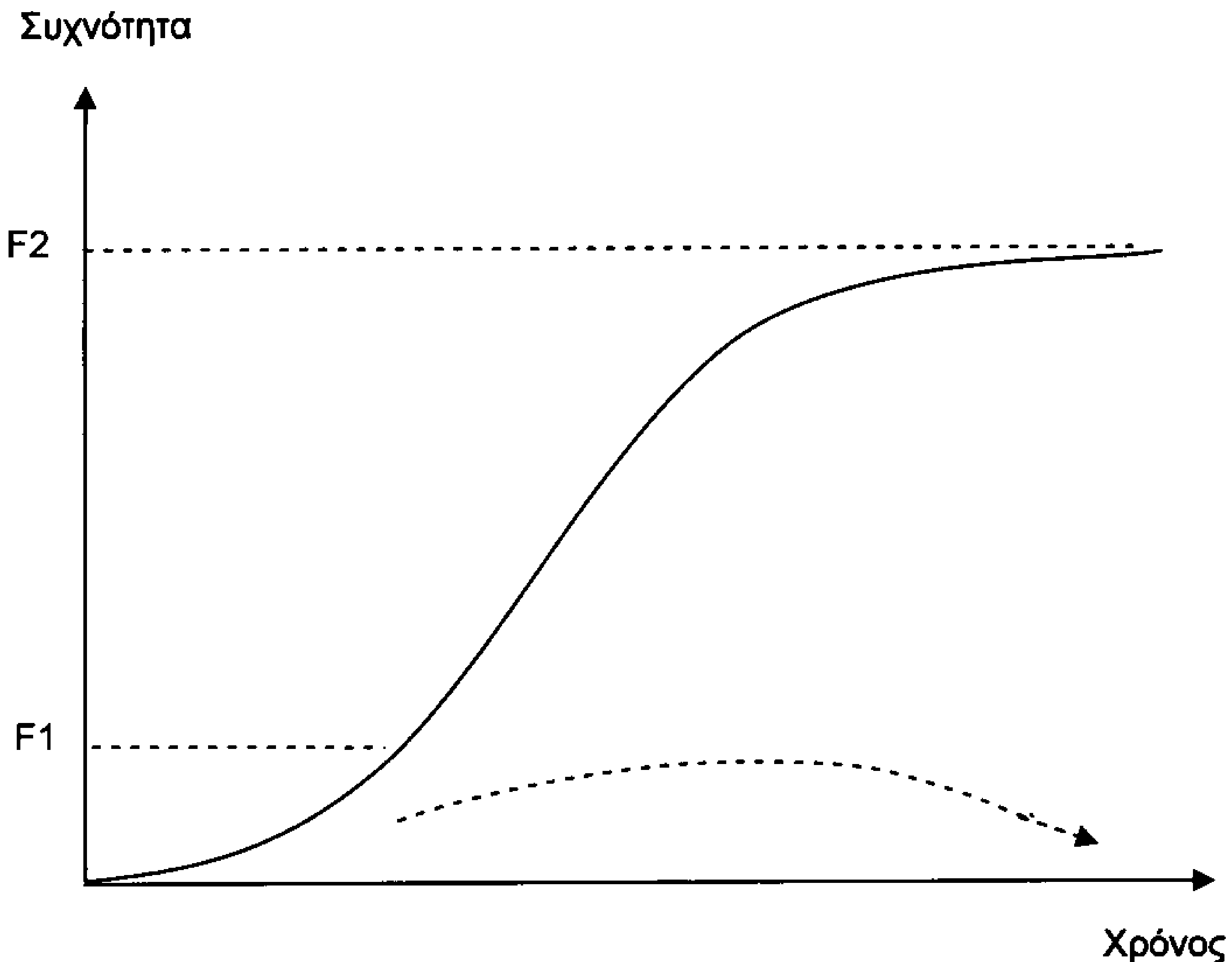
Μπορεί ωστόσο να υπογραμμιστεί ότι όλοι οι τουριστικοί προορισμοί δεν έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό. Άρα, στη συγκεκριμένη περίπτωση, η ισορροπία «χαμηλής συχνότητας» μπορεί να αποτελέσει από μόνη της βασική επιδίωξη. Δεδομένης όμως της ασταθούς φύσης της, κάθε απόκλιση από το επίπεδο τουριστικής συχνότητας F1 μπορεί να οδηγήσει σε δύο καταστάσεις:

- είτε ο τουριστικός προορισμός εξασθενεί δεδομένης της αδύναμης κρίσιμης μάζας,
- είτε ο τουριστικός προορισμός αναπτύσσεται και κινείται προς το σημείο «υψηλής συχνότητας», γεγονός που δεν αντιπροσωπεύει την επιθυμητή κατεύθυνση από τους επενδυτές / επιχειρηματίες ενός επιλεκτικού τουρισμού υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Εφόσον πρόκειται για έναν επιθυμητό στόχο, το πέραςμα του κρίσιμου σημείου F1 μπορεί να αποτελέσει μια αξιόλογη στρατηγική επιλογή. Η φάση της ανάπτυξης αντιστοιχεί στο σημείο απογείωσης που απεικονίζεται με ανάγλυφο τρόπο στην καμπύλη εφοδιαστικής αλυσίδας (*logistics*). Έτσι σε αυτό το πλαίσιο, η εφοδιαστική δυναμική φαίνεται να λαμβάνει υπόψη της την πορεία της τουριστικής συχνότητας ενός προορισμού σε συνάρτηση με τον παράγοντα χρόνο. Το πέραςμα από μια χαμηλή συχνότητα, ενδεικτική ενός επιλεκτικού τύπου τουρισμού, σε μια υψηλή ταυτόσημη του σύγχρονου μαζικού τουρισμού, απεικονίζει, ιδίως αναφορικά με τον παραθεριστικό – ηλιοκεντρικό τουρισμό που

χαρακτηρίζει το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας, την διαμόρφωση μιας μεγάλης δυναμικής.

Διάγραμμα 5: Καμπύλη εφοδιαστικής αλυσίδας και κρίσιμο μέγεθος



Το Διάγραμμα 5 που αναπαριστά τη καμπύλη εφοδιαστικής αλυσίδας (*logistics*) δίνει την εντύπωση ότι η αλληλοδιαδοχή των φάσεων κυοφορία, απογείωση, ανάπτυξη, ωριμότητα, παρακμή, πραγματοποιείται με αυτόματο τρόπο (βλέπε επίσης Διάγραμμα 2). Ωστόσο, η μελέτη της δυναμικής της τουριστικής αγοράς φανερώνει ότι η ανάπτυξη ενός τουριστικού προϊόντος δεν είναι αυτόματη – διότι η αγορά δεν οδεύει από μόνη της προς το κρίσιμο σημείο – και απαιτεί μια ουσιαστική εμπλοκή των δημόσιων φορέων και των επαγγελματιών του τουρισμού της χώρας υποδοχής. Εάν για παράδειγμα η τουριστική αγορά δεν μπορεί να επιτύχει την τουριστική συχνότητα που αντιστοιχεί στο κρίσιμο σημείο F1, τότε η συχνότητα θα υποχωρήσει εκ νέου (διάνυσμα με τη μορφή διακεκομμένης γραμμής). Βασικά η καμπύλη σε σχήμα S αντιπροσωπεύει την καμπύλη του κύκλου ζωής ενός νέου προϊόντος που είχε επιτυχία, για παράδειγμα τα προϊόντα τύπου «ανακάλυψη», «περιπέτεια», «απόδραση» (Mesplier et Bloc-Duraffour, 2000) και τα θεματικά προϊόντα ή περιηγήσεις που αυξάνουν την κινητικότητα στο χώρο (π.χ. «Δρόμοι του Κρασιού»).

Επειδή όμως η τουριστική ζήτηση εξαρτάται από τον αριθμό των τουριστών, αποδεικνύεται πολύ σημαντικό να επιχειρηθεί η ενίσχυση της ανάπτυξης της αγοράς από την αρχή του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή από την φάση της κυοφορίας. Αντίθετα, εφόσον επιτευχθεί το κρίσιμο σημείο η

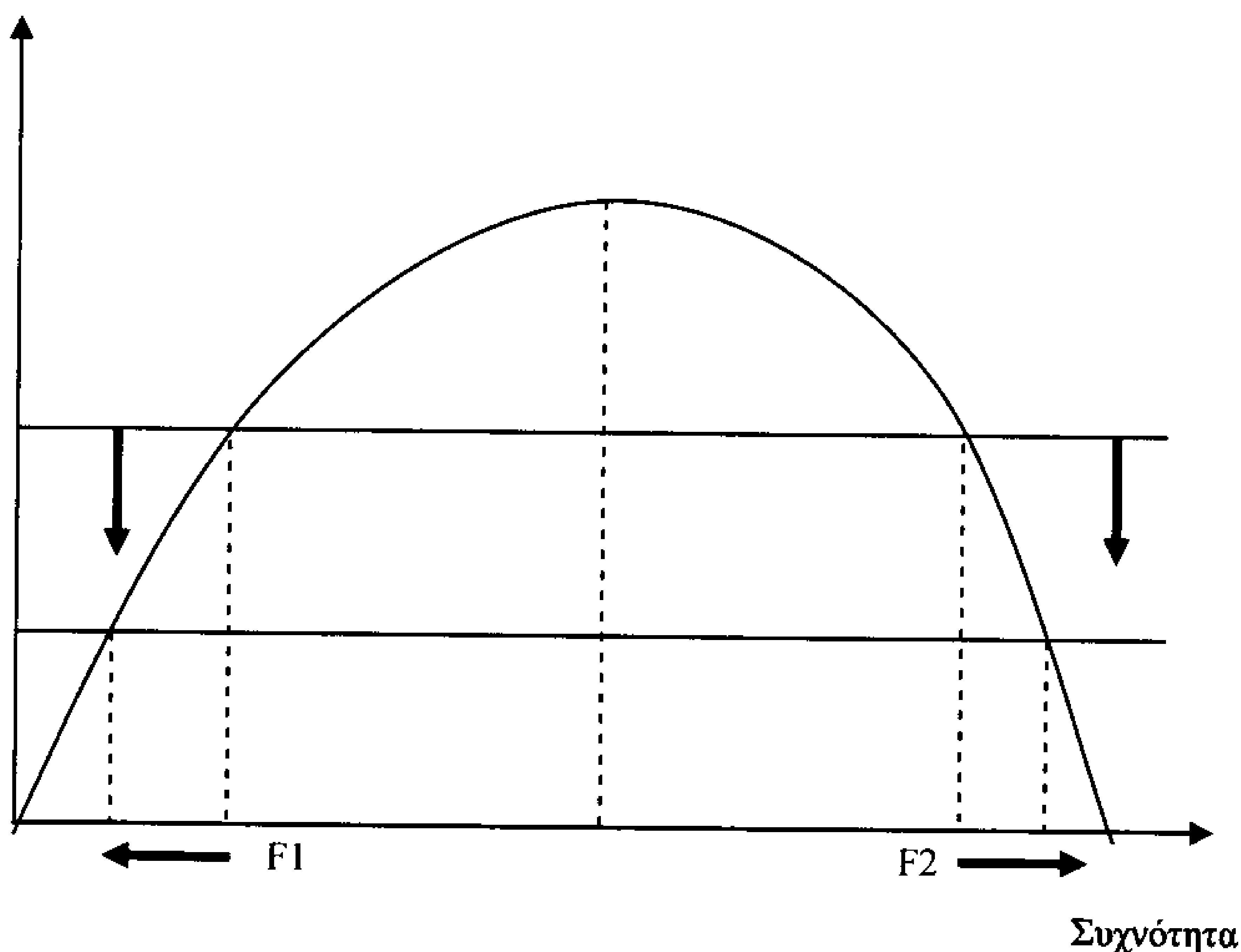
τουριστική αγορά εισέρχεται στην φάση της απογείωσης και παρουσιάζει μια μεγάλη ανάπτυξη εφόσον η οριακή ροπή προς κατανάλωση παραμένει υψηλότερη του κόστους παραγωγής.

8. Οι επιδράσεις των νέων τουριστικών προϊόντων στις δυναμικές της ισορροπίας

Στα πλαίσια μιας δυναμικής προοπτικής, η τεχνολογική εξέλιξη μεταβάλλει αδιάλειπτα τις συνθήκες παραγωγής και τις καταναλωτικές τάσεις και συνήθειες. Το κόστος παραγωγής ενός αγαθού διαμορφώνεται αρχικά σε ένα υψηλό επίπεδο και στη συνέχεια μειώνεται διαχρονικά χάρη στην αποκτηθείσα εμπειρία, τεχνογνωσία και τεχνολογική εξέλιξη. Το Διάγραμμα 6 απεικονίζει τη δυναμική της τουριστικής αγοράς στο πλαίσιο των διενεργουμένων αλλαγών στην τεχνολογία.

Διάγραμμα 6: Προσαρμογή του κόστους της τουριστικής αγοράς

Ροπή προς
κατανάλωση



Η ανανέωση των τεχνολογιών καθιστά δυνατή μια μείωση του οριακού κόστους, γεγονός που απεικονίζεται στο διάγραμμα από μια μετατόπιση προς τα κάτω της οριζόντιας γραμμής που αντιπροσωπεύει την καμπύλη προσφοράς.

Όταν το κόστος παραγωγής μειώνεται σε ικανοποιητικό βαθμό παρατηρούμε ότι το κρίσιμο σημείο συχνότητας $F1$ μετακινείται προς τα αριστερά (φορά διανύσματος), δηλαδή μειώνεται.

Με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών φαίνεται να είναι ευκολότερη και λιγότερο δαπανηρή η ανάδυση νέων τουριστικών χωρικών ενοτήτων και κατ' επέκταση η διαμόρφωση νέων τουριστικών ροών. Η πραγματοποίηση δαπανών για την έρευνα και την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων, σε συνδυασμό με τη μείωση του επιπέδου τουριστικής συχνότητας ανταποκρινόμενο στο κρίσιμο σημείο, καθιστά εύλογη την απογείωση του σφαιρικού τουριστικού προϊόντος (Williams and Gill, 1998: 182-186). Με τον ίδιο τρόπο το επίπεδο ισορροπίας της «υψηλής συχνότητας» F2 εμφανίζεται αυξημένο, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι πραγματοποιούμενες διευθετήσεις και εκσυγχρονισμοί επιτρέπουν την αύξηση της ικανότητας υποδοχής του τουριστικού προορισμού. Αυτή η διαδικασία επιτρέπει την οπισθοχώρηση του επιπέδου συχνότητας έως το σημείο εκείνο όπου η προβολή της βαρύτητας των εξωτερικών αρνητικών επιδράσεων επί των θετικών απελευθερώνει πρόσθετες τουριστικές ροές, συμβάλλοντας αυξητικά στην ελκυστικότητα του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η απελευθέρωση των αερομεταφορών και η αύξηση του διαμορφούμενου ανταγωνισμού (Hass, 2000). Ο ανταγωνισμός συνέβαλλε σε μεγάλο βαθμό στη μείωση του κόστους των τουριστικών προορισμών και ιδιαιτέρως των εξωτικών, χαρακτηριζομένων συχνά ως επιλεκτικών.

Η παραπάνω διαδικασία διεθνοποίησε το τουριστικό δυναμικό ορισμένων χωρικών ενοτήτων του πλανήτη, όπως εκείνο της ΝΑ Ασίας και του Ειρηνικού, ερμηνεύοντας έστω και μερικώς την ανάδυση και ανάπτυξη των συγκεκριμένων τουριστικών προορισμών. Έτσι οι Νέες Βιομηχανικές Χώρες (ΝΑ Ασία) μετατράπηκαν σε Νέες Τουριστικές Χώρες (Ν.Τ.Χ.) μεταβάλλοντας ριζικά τη χωρική διάρθρωση του διεθνούς τουρισμού. Αυτή η διαδικασία είχε ήδη επαναληφθεί και σε επίπεδο εσωτερικού / ημεδαπού τουρισμού, πριν την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, όταν ο παράκτιος – παραθεριστικός τουρισμός απευθυνόταν αποκλειστικά και για μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια εισοδηματική ελίτ (εισοδηματίες – αριστοκράτες, γαιοκτήμονες) (Βαρβαρέσος, 2008: 34-49). Έτσι όταν το κρίσιμο σημείο αποκτά ενδείξεις υψηλής συχνότητας, το κόστος ανάπτυξης του τουριστικού δυναμικού μιας χωρικής ενότητας ή ενός νέου προϊόντος είναι αρκετά μεγάλο με αποτέλεσμα ο τουριστικός προορισμός να έχει ελάχιστες πιθανότητες να αποσπάσει τμήμα του μαζικού τουρισμού. Μπορεί ωστόσο, όπως το υπογραμμίσαμε ήδη, να επιλεγεί ένας τέτοιος τύπος επιλεκτικού τουρισμού, βασισμένου σε μια χαμηλή συχνότητα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Επίσης οι διάφοροι εμπλεκόμενοι στην τουριστική δραστηριότητα μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της ελκυστικότητας μιας χωρικής ενότητας, πραγματοποιώντας ένα συγκεκριμένο ύψος δαπανών (Τσάρτας, 2000: 189-194). Βασικά, οι τουριστικές επιχειρήσεις πραγματοποιούν επενδύσεις προκειμένου να βελτιώσουν τις τεχνολογίες του τουριστικού τομέα, συμβάλλοντας κατ' αυτόν τον τρόπο σε μια μετατόπιση προς τα κάτω της καμπύλης τουριστικής προσφοράς. Συμπληρωματικά, ο δημόσιος τομέας επιφορτίζεται με τις δαπάνες υποδομής (δίκτυα μεταφοράς, υποδοχή, κ.λπ.), πληροφόρησης και επικοινωνίας, συμβάλλοντας κατ' αυτό τον τρόπο στην ενίσχυση της τουριστικής εικόνας (*image*) μιας χωρικής ενότητας (Βαρβαρέσος 1999: 38-49). Ο συγκεκριμένος τύπος δημοσίων δαπανών, γενεσιουργός παράγοντας των θετικών εξωτερικών επιδράσεων συμβάλλει στη μείωση του οριακού κόστους του τουριστικού προϊόντος και απεικονίζεται με μια προς τα κάτω μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς. Σε γενικές γραμμές, η μείωση του κρίσιμου σημείου επιτρέπει την

ταχύτερη ώθηση του τουριστικού προϊόντος στη φάση της απογείωσης, μειώνοντας κατ' αυτό τον τρόπο τη φάση της κυοφορίας.

Η προηγηθείσα ανάλυση έδειξε ότι ο κορεσμός του τουριστικού προϊόντος δεν αποτελεί μια αναπόφευκτη κατάσταση. Η τουριστική χρήση των φυσικών πόρων και ο βαθμός ένταξης τους στο συνολικό τουριστικό προϊόν μιας χωρικής ενότητας εξαρτάται σήμερα από τις υφιστάμενες τεχνολογικές συνθήκες οι οποίες συμβάλλουν στην εμπορικοποίησή τους, προσδίδοντας τους παράλληλα μεγάλες οικονομικές αξίες. Ταυτόχρονα όμως η ανυπαρξία τεχνολογίας καθιστά άλλους φυσικούς πόρους ανενεργούς και χωρίς καμία οικονομική αξία. Σ' αυτό το πλαίσιο, τα επίπεδα κορεσμού στον τουρισμό εξαρτώνται από τις τεχνολογικές συνθήκες οι οποίες υπεισέρχονται στην αξιοποίηση και κατανάλωση των τουριστικών πόρων.

9. Συμπεράσματα

Ο τουριστικός τομέας ως απόρροια μιας δέσμης μεταβλητών (οικονομία, μεταφορές, ελεύθερος χρόνος, κοινωνία της πληροφορίας, κ.λπ.) φαίνεται να αποτελεί σήμερα την πιο σημαντική βιομηχανία του πλανήτη. Σύμφωνα με εκτιμήσεις και προβλέψεις, στα επόμενα δεκαπέντε χρόνια ο αριθμός των διεθνών τουριστών θα διπλασιαστεί τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, όσο και σε επίπεδο Ελλάδας (WTO, 1997). Η ζήτηση αυτής της νέας τουριστικής πελατείας, σύμφωνα με τις διαμορφούμενες τάσεις, φαίνεται να είναι αρκετά ευαισθητοποιημένη στο τρίπτυχο «ποιότητα – τιμές – υπηρεσίες» και να απευθύνεται κατ' εξοχήν στα οικονομικά ξενοδοχεία.

Ωστόσο, η προσέλκυση αυτής της νέας μαζικής τουριστικής πελατείας δεν μπορεί να αφήσει ανεπηρέαστες τις δομές του τουριστικού τομέα οδηγώντας τον, σύμφωνα με την εμπειρία του παρελθόντος αλλά και του παρόντος, σε μια περαιτέρω εκλαϊκευση των ήδη υφιστάμενων τουριστικών προϊόντων, καθώς και σε μια διαφοροποίηση των νέων. Φυσικά, τα παραπάνω προδικάζουν μια ευρύτερη αναδιάρθρωση του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα ο τουριστικός τομέας φαίνεται να αποτελεί σήμερα το πεδίο ενεργοποίησης τριών δυναμικών καταστάσεων:

- Της παγκοσμιοποίησης του τουρισμού στα πλαίσια της ανάπτυξης μιας διεθνούς ανταγωνιστικής αγοράς και της ανάδυσης νέων τουριστικών αγορών.
- Της ταχείας διάδοσης των νέων τεχνολογιών, συνδεδεμένες με την ανάπτυξη των δικτύων.
- Των επιπτώσεων στα παραδοσιακά δίκτυα διανομής των τουριστικών προϊόντων.

Οι νέες τεχνολογίες συμβάλουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων και επιτρέπουν την υιοθέτηση νέων τύπων διάθεσής τους, οι οποίοι θέτουν υπό αμφισβήτηση τους παραδοσιακούς ενδιάμεσους, στα πλαίσια φυσικά της μεγέθυνσης του διεθνούς ανταγωνισμού.

Σ' αυτό το διαμορφούμενο πλαίσιο των επερχόμενων ριζικών μεταβολών στις δομές της τουριστικής βιομηχανίας, η Ελλάδα ως χώρα παραγωγής και διάθεσης αξιόλογων τουριστικών πόρων, φαίνεται να μην είναι σε θέση να διασφαλίσει και

να ελέγξει τη μελλοντική της πορεία, εφόσον εξαρτάται περισσότερο από την ενεργό παρουσία των μεγάλων διοργανωτών ταξιδιών (*Tour operators*), παρά από τις τουριστικές ροές αυτές καθ' εαυτές.

Ο επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος επιτρέπει την πραγματοποίηση μιας ανάλυσης της δυναμικής του τουριστικού τομέα και του κύκλου ζωής του προϊόντος. Ως εκ τούτου, η κατανόηση των στρατηγικών του «ποιοτικού εκσυγχρονισμού» που αναπτύσσονται στην τουριστική βιομηχανία αφενός και η οριοθέτηση / ανάλυση των κυρίων αξόνων των επιτελούμενων μεταβολών σ' αυτήν αφετέρου, εμφανίζονται σήμερα σημαντικότερες παρά ποτέ άλλοτε. Εκτιμούμε ότι η πραγματοποιηθείσα ανάλυση αποτελεί μια προσέγγιση η οποία συνεισφέρει προς αυτή την κατεύθυνση και ότι για το εν λόγω θέμα υφίστανται δυνατότητες περαιτέρω διερεύνησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βαρβαρέσος, Σ. (1999), «Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση», Προπομπός, Αθήνα, σσ. 38-49.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000α), «Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις» (2^η έκδοση), Προπομπός, Αθήνα, σσ. 100-103.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000β), «Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα» (2^η έκδοση), Προπομπός, Αθήνα, σσ. 181-221.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2008), « Οικονομική του Τουρισμού. Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις από τον 19^ο έως τον 21^ο αιώνα», Προπομπός, Αθήνα, σσ. 34-49 και 73-77.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1996), «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Interbooks, Αθήνα, σσ. 200-214.
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, σσ. 123-125.
- Κομίλης, Π. (2001), «Οικοτουρισμός: Η Εναλλακτική Προοπτική Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης», Προπομπός, Αθήνα, σσ. 27-30.
- Σακελλαρίδης, Ο. (1999), «Πληροφορική στον Τουρισμό», εκπαιδευτικό υλικό στο Μ.Π.Σ. «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων», Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
- Σπιλάνης, Γ. (2000), «Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου», στο Τσάρτας, Π. (επιμ.) *Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*, Εξάντας, Αθήνα, σσ. 149-187.
- Σωτηριάδης, Μ. (1994), «Τουριστική Πολιτική», Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Ηράκλειο, σσ. 107-110 και 225-230.

- Τσάρτας, Π. (2000), «Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης», στο Τσάρτας, Π. (επιμ.) *Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*, Εξάντας, Αθήνα, σσ. 189-211.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Agarwal, S. (1994), "The Resort Cycle Revisited: Implications for Resorts", in Cooper, C.P. and Lockwood, A. (eds), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol. 5, John Wiley and Sons, Chichester.
- Agarwal, S. (1997), "The Resort Cycle and Seaside Tourism: an Assessment of its Applicability and Validity", *Tourism Management*, Vol. 18, No 2, p. 67.
- Baum, T. (1998), "Taking the Exit Route: Extending the Tourism Area Life Cycle Model", *Current Issues in Tourism*, 1, pp.167-175.
- Buhalis, D. (2000a), "Relationships in the Distribution Channel of Tourism: Conflicts between Hoteliers and Tour operators in the Mediterranean Region", in *Global Alliances in Tourism and Hospitality Management*, The Haworth Hospitality Press, London, pp. 113-139.
- Buhalis, D. (2000b), "Tourism in an Era of Information Technology", in Faulkner, B., Moscardo, G. and Laws, E. (eds), *Tourism in the 21st Century; Lessons from Experience*, Continuum, London, pp. 163 - 180.
- Buhalis, D. and Licata, M.C. (2002), "The Future of Tourism Intermediaries", *Tourism Management*, Vol. 23, pp. 207-220.
- Butler, R.W. (1980), "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources", *Canadian Geographer*, Vol. 24, No 1, pp. 5-12.
- Butler, R.W. (1997) "Modeling Tourism Development", in Wahab, S. and Pigram, J. (eds), *Tourism and Sustainable Development*, Routledge, London, pp. 109-125.
- Butler, R.W. (2000), "The Resort Cycle; Two Decades On", in Faulkner, B., Moscardo, G. and Laws, E. (eds) *Tourism in the 21st Century; Lessons from Experience*, Continuum, London, pp. 284-299.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. (1997), "Tourism: Principles and Practices" (4th ed.), Longman, Essex.
- Digence, J. (1997), "Life Cycle Model", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No 2, pp. 452-454.
- Doswell, R. (1997), "Tourism; How Effective Management Makes the Difference", Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 54-55.
- Formica, S. and Uysal, M. (1996), "The Revitalization of Italy as a Tourist Destination", *Tourism Management*, Vol. 17, pp. 323-331.

- Fourastier, J. (1979), «Les trente glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975», Fayard, Paris.
- Getz, D. (1992), "Tourism Planning and the Destination Life Cycle", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, No 4, pp. 752-770.
- Gordon, I.R. (1994), "Crowding, Competition and Externalities in Tourism Development: a Model of Resort Life Cycle", *Geographical Systems*, Vol. 1, pp. 281-308.
- Gratton, C. and Richards, G. (1997), "Structural Change in the European Package Tour Industry: UK / German Comparisons", *Tourism Economics*, Vol. 3, No 3, pp. 213-226.
- Hass, P. (2000), "Compagnies aériennes: les alliances en question", *Le Figaro Economie*, 25 septembre.
- Haywood, K.M. (1992), "Revisiting Resort Cycle", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, No 2, pp. 351-354.
- Hovinen, G. (1981), "A Tourist Cycle in Lancaster County, Pennsylvania", *Canadian Geographer*, Vol. 15, No 3, pp. 283-286.
- Hovinen, G. (1982), "Visitor Cycles: Outlook in Tourism in Lancaster County", *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, pp. 565-583.
- Inskip, E. (1997), "National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies", WTO & International Thomson Business Press, London, pp. 238-240.
- Ioannides, D. (1992), "Tourism Development Agents: the Cypriot Resort Cycle", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, No 4, pp. 711-731.
- Lanquar, R. et Hollier, R. (2001), "Le marketing touristique" (6^{ème} édition), Col. "Que sais-je?" no 1911, PUF, Paris, pp. 19-20 et 36-38.
- Lundrup, S. and Wanhill, S. (2001), "The Resort Life Cycle Theory: Generating Processes and Estimation", *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, pp. 947-964.
- Mansfield, E. (1995), "Innovation Technology and the Economy", Edward Elgar, Brookfield, USA.
- Mesplier, A. et Bloc-Duraffour, P. (2000), "Le tourisme dans le monde", Bréal, Paris.
- O'Connor, P. (1999), "Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality", CAB International, Oxford.
- Pearce, D. (1993), "Géographie du tourisme", Editions Nathan, Paris, pp. 257-267.
- Schumpeter, J.A. (1934), "The Theory of Economic Development", Oxford University Press, New York.

- Sheldon, P.J. (1997), "Tourism Information Technology", CAB International, New York.
- Smith, C. and Jenner, P. (1998), "Tourism and the Internet", *Travel and Tourism Analyst*, Vol. 1, pp. 62-81.
- Tocquer, G. et Zins, M. (1989), "Marketing du tourisme", Gaétan morin, Québec, pp. 166-170.
- Tooman, L.A. (1997), «Applications of the Life Cycle Model in Tourism», *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No 1, pp. 214-234.
- Wanhill, S. (2000), "Issues in Public Sector Involvement", in Faulkner, B. Moscardo, G. and Laws, E. (eds) *Tourism in the 21st Century; Lessons from Experience*, Continuum, London, pp. 222-242.
- Williams, P. and Gill, A. (1998), "Tourism Carrying Capacity Management Issues", in Theobald, W. (edr), *Global Tourism: The Next Decade*, (2nd edn) Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 174-187.
- WTO (1997), "Tourism: 2020 Vision", World Tourism Organization, Madrid
- WTO (2003), "Compendium of Tourism Statistics", (23rd edn), World Tourism Organization, Madrid.



Προφίλ του Οργανισμού

Ο ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. (Δράσεις για την Ανάπτυξη του Τουρισμού και της Τουριστικής Εκπαίδευσης) είναι ένας **μη κερδοσκοπικός οργανισμός** με έδρα την Αθήνα. Δημιουργήθηκε από στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων και καθηγητές της τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης με τους παρακάτω αναφερόμενους σκοπούς:

- Ανάληψη δραστηριοτήτων με στόχο τη βελτίωση της τουριστικής και ξενοδοχειακής εκπαίδευσης σε όλα τα επίπεδα στην Ελλάδα.
- Ανάληψη δραστηριοτήτων για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.
- Ανάληψη δραστηριοτήτων με στόχο την εφαρμογή επιστημονικής διοίκησης στις ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις.
- Διενέργεια ερευνών, μελετών και δημοσιεύσεων για την επιστημονική προσέγγιση του ξενοδοχειακού και του τουριστικού προϊόντος.
- Έκδοση περιοδικών και βιβλίων που αφορούν την επιστημονική ανάλυση του τουριστικού φαινομένου και των λειτουργιών των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Οργάνωση μεταπτυχιακών προγραμμάτων στον τουρισμό σε συνεργασία με ιδρύματα του εσωτερικού και εξωτερικού.
- Γνωμοδότηση επί θεμάτων τουρισμού, επιχειρήσεων τουρισμού, ξενοδοχειακής και τουριστικής εκπαίδευσης.

ΜΕΛΗ

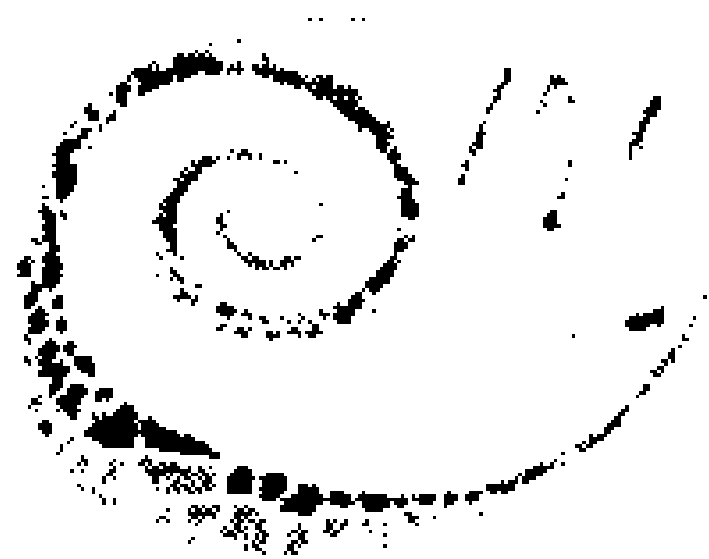
Το ΔΡΑΤΤΕ σήμερα αριθμεί περί τα 1.200 μέλη.

Τα **τακτικά μέλη** του ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. είναι απόφοιτοι τουριστικών σχολών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ταυτόχρονα στελέχη της τουριστικής βιομηχανίας ή εκπαιδευτικοί της τουριστικής εκπαίδευσης ή το κύριο επάγγελμά τους συνδέεται άμεσα με τον τουριστικό κλάδο. Ως συνδρομητές εγγράφονται επίσης **τουριστικοί οργανισμοί και τουριστικές επιχειρήσεις**.

Ως **δόκιμα μέλη** εγγράφονται μετα-λυκειακοί σπουδαστές τουριστικής εκπαίδευσης. Τα δόκιμα μέλη καταβάλουν **συμβολική συνδρομή**, δεν έχουν δικαίωμα ψήφου, αλλά έχουν δικαίωμα να ενημερώνονται και να εξυπηρετούνται από τις δράσεις του οργανισμού.

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΑ ΤΟΥ ΔΡΑΤΤΕ

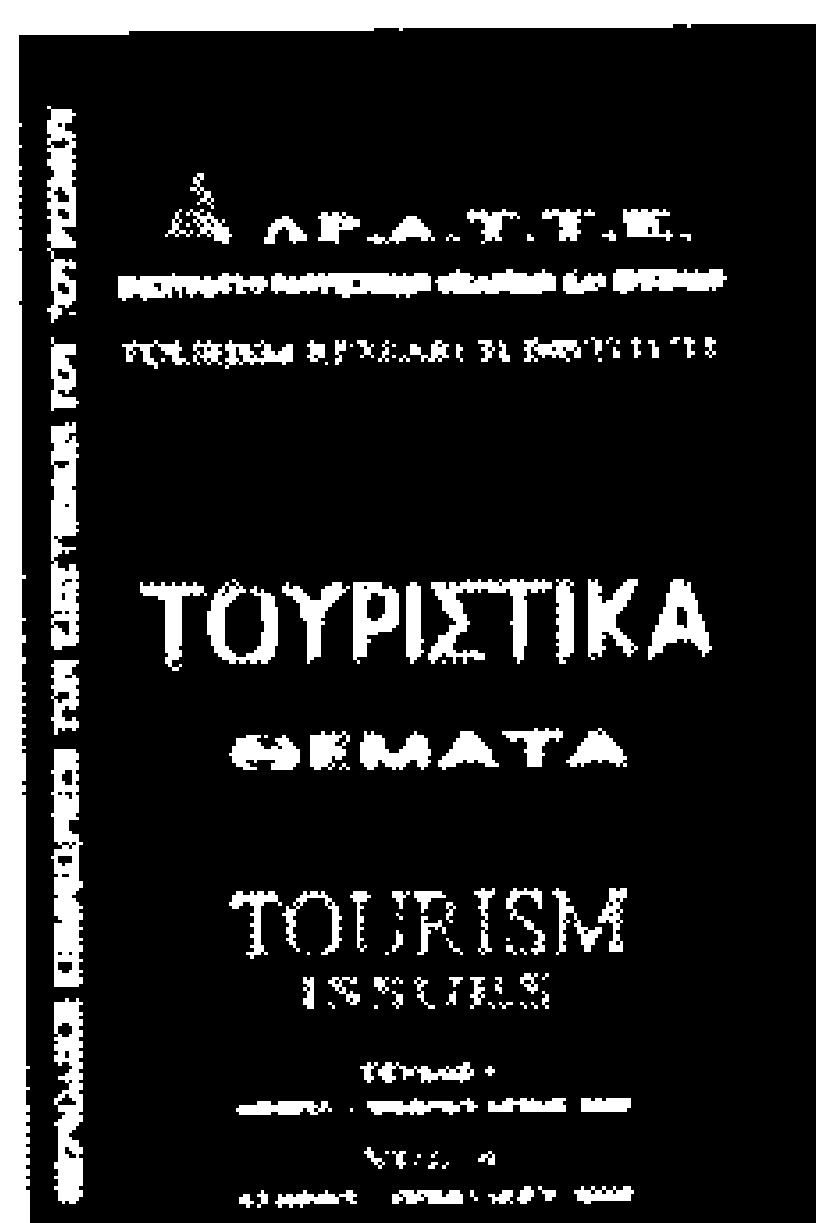
Στα πλαίσια του ΔΡΑΤΤΕ λειτουργούν δύο Ινστιτούτα:



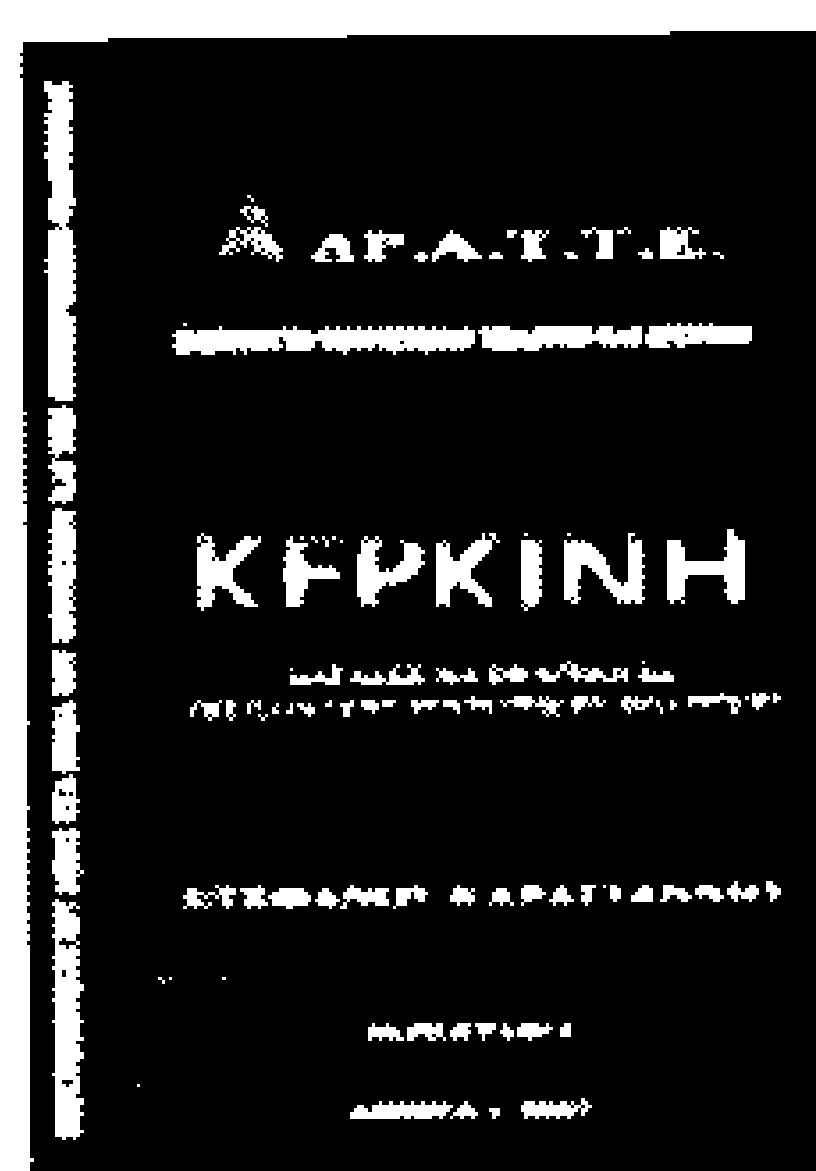
Το Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Ερευνών (Ι.Τ.Μ.Ε.) ή Tourism Research Institute (T.R.I.), που ιδρύθηκε με προορισμό να υπηρετήσει τους επιστημονικούς σκοπούς του οργανισμού και έχει ακαδημαϊκό προσανατολισμό.

Το Ινστιτούτο επιλαμβάνεται σε διαδικασίες παραγωγής και διάδοσης γνώσης με:

- Εκπαιδευτικές διαδικασίες
- Εκδόσεις επιστημονικών περιοδικών
- Εκδόσεις επιστημονικών εργασιών, μελετών και ερευνών
- Διοργάνωση διεθνών ακαδημαϊκών συνεδρίων



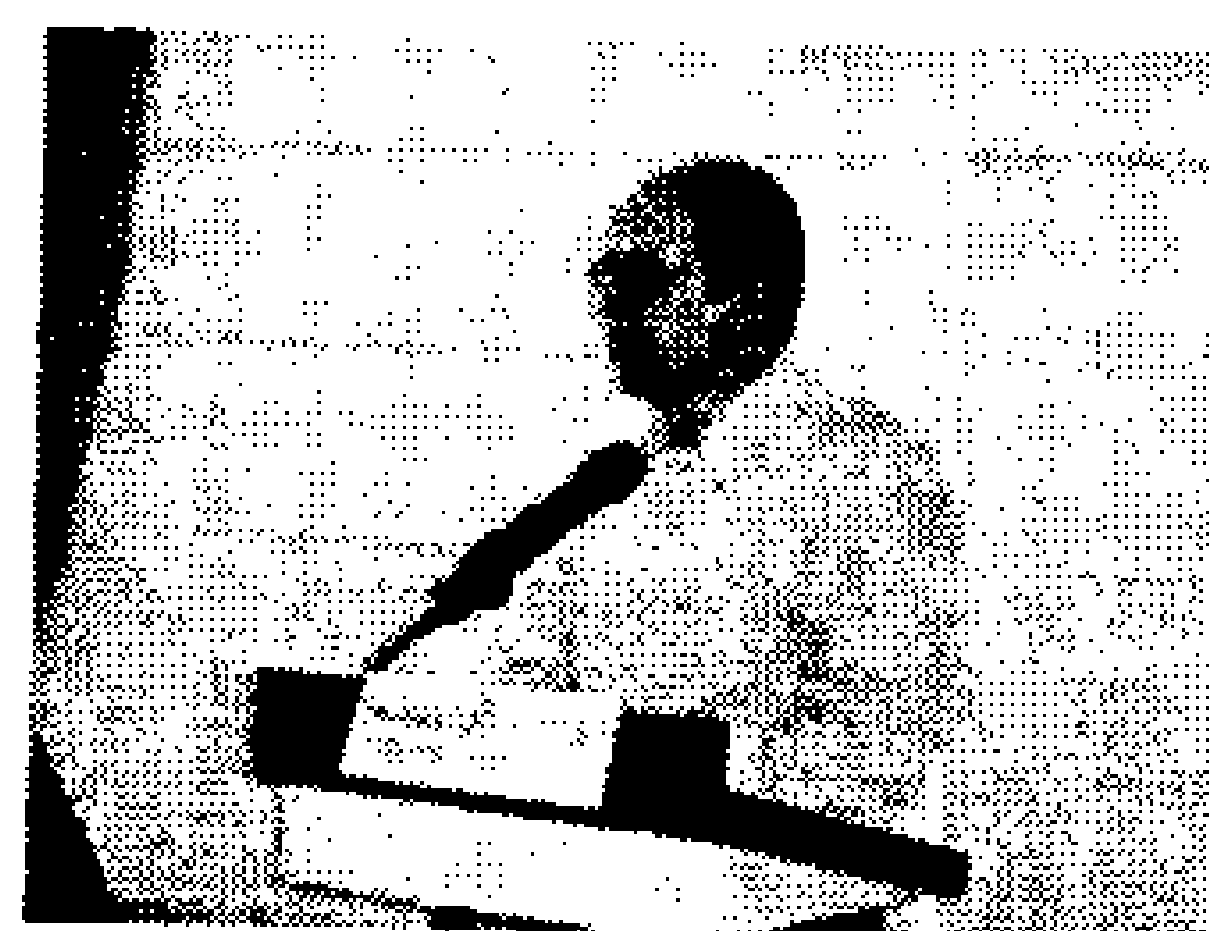
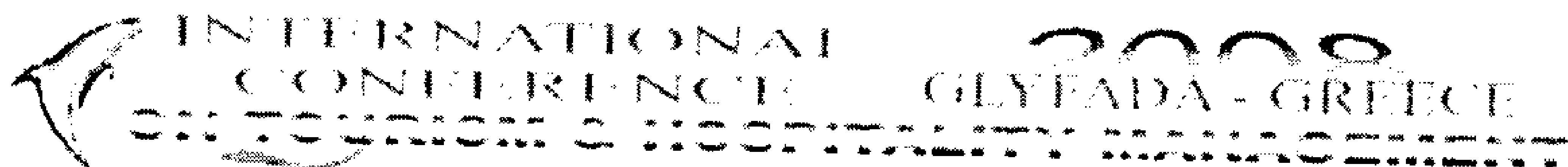
Το T.R.I. εκδίδει το διεθνές τριμηνιαίο επιστημονικό περιοδικό με τίτλο «Τουριστικά Θέματα» ή «Tourism Issues» όπου δημοσιεύονται πρωτότυπα άρθρα και πρωτογενείς ερευνητικές μελέτες. Τα άρθρα και οι μελέτες δεν πρέπει να έχουν δημοσιευτεί ποτέ ξανά. Οι εργασίες μπορούν να είναι γραμμένες στην Ελληνική, Αγγλική, Γαλλική ή Γερμανική γλώσσα και κρίνονται από τριμελή επιστημονική επιτροπή, τα μέλη της οποίας καλύπτουν συναφές γνωστικό πεδίο με το αντικείμενο της εργασίας.



Επίσης, το Ινστιτούτο έχει εκδώσει επιστημονικές έρευνες που πραγματεύονται θέματα του κλάδου

Το T.R.I. διοργανώνει, Διεθνή Ακαδημαϊκά Συνέδρια, όπως το 1^ο Διεθνές Συνέδριο «Tourism & Hospitality Management» που πραγματοποιήθηκε με επιτυχία, από τις 13 -15 Ιουνίου 2008, στο ξενοδοχείο Emmantina στη Γλυφάδα, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, έλαβαν μέρος σημαντικοί ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό οι οποίοι ανέπτυξαν,

καίρια και επίκαιρα ζητήματα της τουριστικής βιομηχανίας και ξενοδοχειακής διοίκησης.



Το 2ο Παγκόσμιο Συνέδριο για τη Διοίκηση Τουρισμού και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας έχει προγραμματιστεί για τον Μάιο 2010 και θα πραγματοποιηθεί στην Αθήνα σε συνεργασία με τον Ο.Τ.Ε.Κ.

Στα πλαίσια του ΔΡΑΤΤΕ λειτουργεί επίσης το **Ινστιτούτο Αξιολόγησης Ποιότητας Τουριστικών Δραστηριοτήτων (Ι.Α.Π.Τ.Δ.)** με προσανατολισμό στην αγορά και έχει ως αντικείμενα:



- Την διοργάνωση συνεδρίων σε όλη την τουριστική Ελλάδα, με στόχο την αναβάθμιση των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών
- Τον σχεδιασμό Συστημάτων Διασφάλισης Ποιότητας
- Την λειτουργία γραφείου διασύνδεσης των ενδιαφερομένων για εργασία μελών του ΔΡΑΤΤΕ με τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Στα πλαίσια του Ι.Α.Π.Τ.Δ. λειτουργεί το **Service Quality Club**, που στοχεύει στην αναβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης που καλύπτουν τις σχετικές ανάγκες των τουριστών, δίνοντας έμφαση:

- ✓ στη συνεχή επιμόρφωση των επαγγελματιών
- ✓ στην συμβουλευτική υποστήριξη των συναφών Επιχειρήσεων
- ✓ στην διοργάνωση ημερίδων , εκδηλώσεων , διαγωνισμών και επιδείξεων επαγγελματικών πρακτικών .
- ✓ στη διαχείριση κινητικότητας των επαγγελματιών του κλάδου .

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Το ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. αναπτύσσει πλήθος δραστηριοτήτων για την επίτευξη των σκοπών του. Αναλυτικότερα:

- Λειτουργεί **γραφείο διασύνδεσης** εργοδοτών και υπαλλήλων τουρισμού
- Λειτουργεί **βιβλιοθήκη** τουριστικών βιβλίων και περιοδικών, στην έδρα του Οργανισμού
- Υλοποιεί προγράμματα **εκπαίδευσης** των μελών του σε θέματα **λογισμικού τουριστικών επιχειρήσεων** και σε θέματα **καριέρας**
- Διαθέτει ειδικευμένους συμβούλους σε θέματα **μεταπτυχιακών τουριστικών σπουδών**
- Καλύπτει την **εκπαίδευση στις θέσεις εργασίας** απασχολούμενων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.
- Οργανώνει και υλοποιεί, αποστολές **συμβουλευτικών ομάδων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων**, με στόχο την άμεση βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος, των μεθόδων λειτουργίας των τμημάτων, τη μείωση του κόστους και τον προσανατολισμό των πωλήσεων.
- Αναλαμβάνει διενέργεια **ερευνών και μελετών** αναφορικά με την ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων ή τουριστικών περιοχών.
- Λειτουργεί **επιστημονικές ομάδες** οι οποίες ερευνούν την ισχύουσα κατάσταση σε σχέση με την τουριστική εκπαίδευση και την τουριστική πολιτική και συντάσσουν προτάσεις προς τους αρμόδιους φορείς.
- Διοργανώνει συνέδρια και ημερίδες με στόχο την ενημέρωση της αγοράς για τις εξελίξεις στις επιστήμες και στην τεχνολογία του σήμερα
- Διοργανώνει ακαδημαϊκά διεθνή συνέδρια
- Εκδίδει το επιστημονικό περιοδικό «Τουριστικά Θέματα»
- **Λειτουργεί καθημερινά γραφείο ενημέρωσης και υποστήριξης** στην Αθήνα, στην οδό Ζωοδόχου Πηγής 2, ώρες 18:00 έως 20:00.

Το ΙΑΠΤΔ οργανώνει κάθε έτος το θεσμοθετημένο Συνέδριο Ξενοδοχειακής Διοίκησης. Το 2008, στις 22 και 23 Μαρτίου, διοργανώθηκε το **5^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχειακής Διοίκησης** με θέμα: "F&B " στο ξενοδοχείο LEDRA MARRIOTT στην Αθήνα.



Το 6^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχειακής Διοίκησης θα πραγματοποιηθεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, στις 7 και 8 Μαρτίου 2009, στο ξενοδοχείο Athens Ledra Marriot, με θέμα «Η Δυναμική της θέσης του Γενικού Διευθυντή Ξενοδοχείων στο Τουριστικό Γίγνεσθαι της Ελλάδας»

ΣΥΝΕΔΡΙΑ – ΗΜΕΡΙΔΕΣ

Συνολικά, ο ΔΡΑΤΤΕ έχει διοργανώσει με απόλυτη επιτυχία τις παρακάτω ημερίδες και συνέδρια, που προβλήθηκαν εκτενώς από τον τουριστικό τύπο:

- 30 Μαρτίου 2003 σε αίθουσα της έκθεσης «Τουριστικό Πανόραμα». Θέμα «**Η ανταπόκριση των προγραμμάτων σπουδών των Τουριστικών Τμημάτων ΤΕΙ στις ανάγκες της τουριστικής αγοράς**».
- 8 Απριλίου 2003, στο Τεχνικό Επαγγελματικό Εκπαιδευτήριο Άμφισσας. Θέμα «**Ανώτατες Προπτυχιακές Τουριστικές Σπουδές - Ευκαιρίες Καριέρας στον Κλάδο του Τουρισμού**».
- 13 Απριλίου 2003. Αθήνα, Θεμιστοκλέους 5, στο Πνευματικό Κέντρο Κυθηρίων. Θέμα «**Ανάπτυξη Τουριστικών Προορισμών – Η περίπτωση των Κυθήρων**».
- 1 και 2 Δεκεμβρίου 2003 στο ξενοδοχείο PARK στην Αθήνα, 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχίας Θέμα: «**Η Διοίκηση του ξενοδοχείου ως μοχλός μεγιστοποίησης του κέρδους**».
- 23 Φεβρουαρίου 2004 στο Ξενοδοχείο «Πέλαγος» στη Χαλκίδα, ημερίδα για τον τουρισμό στην Εύβοια με θέμα «**Ανάπτυξη των Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**».
- 17 Μαΐου 2004 στη Σίφνο ημερίδα με θέμα «**Η σημασία της Ποιότητας για την Οικονομική Αποδοτικότητα των Τουριστικών Επιχειρήσεων**» σε συνεργασία με τη Δ.Ε.Τ.Α.Σ. (Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Σίφνου).

- 22 Μαΐου 2004 σ την Παραλία Κατερίνης στο Ξενοδοχείο Mediterranean Resort ημερίδα με θέμα «**Μέθοδοι Ανάπτυξης Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**» σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδόχων Παραλίας Κατερίνης.
- 5 και 6 Φεβρουαρίου 2005 στο ξενοδοχείο LEDRA MARRIOTT στην Αθήνα, **2° Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχίας** με θέμα: «**Θεωρία και Πράξη στη Σύγχρονη Διοικητική των Ξενοδοχειακών Λειτουργιών**».
- 19 και 20 Μαρτίου 2006 στο ξενοδοχείο LEDRA MARRIOTT στην Αθήνα, το **3° Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχίας** με θέμα: «**Η δυναμική της διαχείρισης των ξενοδοχειακών λειτουργιών στην αποτελεσματική διοίκηση των ξενοδοχειακών μονάδων**».
- 4 Ιουνίου 2006 στη Σίφνο, σεμιναριακή διημερίδα με θέμα «**Μέθοδοι Διαχείρισης Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**» σε συνεργασία με τη Δ.Ε.Τ.Α.Σ. (Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Σίφνου).
- 17 και 18 Μαρτίου 2007 στο ξενοδοχείο LEDRA MARRIOTT στην Αθήνα, το **4° Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχίας** με θέμα: "**Μεγιστοποίηση των Ξενοδοχειακών Πωλήσεων**".
- 12 Μαΐου 2007 στη Λέρο, ημερίδα με θέμα "**Η Σημασία της Τουριστικής Εκπαίδευσης στο Προϊόν των Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**" σε συνεργασία με το Δήμο Λέρου.
- 22 και 23 Μαρτίου 2008 στο ξενοδοχείο LEDRA MARRIOTT στην Αθήνα, το **5° Πανελλήνιο Συνέδριο Ξενοδοχίας** με θέμα: "F&B".
- 13, 14 και 15 Ιουνίου 2008, το διεθνές ακαδημαϊκό συνέδριο "1st International Conference on Tourism and Hospitality Management" στο ξενοδοχείο Εμμαντίνα στη Γλυφάδα Αττικής

Επιπλέον, το ΔΡΑΤΤΕ συμμετείχε με εισηγήσεις εκπροσώπων του σε συνέδρια και ημερίδες, ενώ δημοσίευσε πλήθος άρθρων σε περιοδικά του κλάδου.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Μπορεί κανείς να επισκεφτεί το ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. στην διεύθυνση **Ζωοδόχου Πηγής 2, Αθήνα 10681** ή να τηλεφωνήσει στον αριθμό **210 3806877** από Δευτέρα έως και Παρασκευή, ώρες 18:00 έως 20:00. Επίσης κάποιος μπορεί να επικοινωνήσει με φαξ στο **210 3806302** ή να επισκεφθεί τις ιστοσελίδες μας στη διεύθυνση **www.dratte.gr** και να αποστείλει e-mail στη διεύθυνση **info@dratte.gr**



ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. PROFILE

ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. (Action for the Development of Tourism and Tourist Education) is a **non-profit Association** situated in Athens. Executives of tourist enterprises and professors of third degree tourist education created it with a view to:

- ensure the permanent contact of education with the job market
- support with scientific information and modern know-how the tourist enterprises
- assemble and give intensity in the voice of specialists in tourism
- support the planning of realistic tourist policy
- propose and apply solutions in the problems of the sector.

ACTIVITIES

The ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. develops a variety of activities for the achievement of its aims. More analytically:

- Functions **office of interconnection** of employers and employees of tourism
- Mainains **library** of tourist books, magazines, research and studies in the establishment of the Association
- It materialises programs of **education** of its members on issues of **software for tourist enterprises** and on career issues
- It allocates specialised advisers on **postgraduate tourist** studies issues
- It activates a **Pan-Hellenic** network of advisers as for the principals of **Model EN ISO 9001: 2000** with specialisation exclusively in the hotel units, educated from TÜV Süddeutschland
- It covers the **education at work** for occupied in the hotel enterprises, with covering of expenses from the program LAEK.
- It organises and materialises, missions of **advisory teams of hotel enterprises**, aiming at the direct improvement of quality of product, the methods of operation of departments, the reduction of cost and the orientation of sales.
- It undertakes the implementation of **researches** and **studies** in regard to the development of tourist enterprises or tourist regions.
- It supports the tourist enterprises on issues of **modern technology**, as the **computerization** and the **projection and promotion** via Internet.
- It functions **scientific teams** that examine the present conditions concerning the tourist education and the tourist policy and construct proposals to the responsible institutions.
- It functions daily office of information and support in the address **Zoodohou Pigis 2** in **Athens** hours 18:00 until 20:00.

CONGRESSES

The association, apart from activities for education, social events and communication of its members (as the New Year party), during the years 2003 and 2004 organised with absolute success the following meetings and congresses, that were supported extensively by the tourist press:

- ◇ 30 March 2003 in a room of the exhibition "Tourist Panorama" with subject **"the correspondence of studies in the Tourist Departments of TEI (POLYTECHNIC COLLEGES) to the needs of the tourist market"**
- ◇ 8 April 2003, in the Technical Vocational School of Amfissa on the subject **Undergraduate Studies in Tourism-Career Opportunities in the Tourism Sector**
- ◇ 13 April 2003. Athens, Themistokleous 5, Academic centre on the subject **"Development of Tourist Destinations - the case of Kythira"**
- ◇ 1 and 2 December 2003 in Park hotel in Athens, **1st Pan-Hellenic Hotel Congress** on the subject: **"The Administration of hotel as lever of profit maximization"**.
- ◇ 23 February 2004 in the Hotel "Thalassa " in Chalcis, meeting for tourism in Evia on the subject **"Development Hospitality Enterprises"**
- ◇ 8 May 2004 in Siphnos meeting on the subject **"the importance of Quality for the Economic Efficiency of Tourist Enterprises "** in collaboration with the D.E.T.A.S. (Municipal Enterprise of Tourist Development of Siphnos)
- ◇ 22 May 2004 at the **Beach of Katerini** in the Hotel Mediterranean Resort meeting on the subject **"Methods of Developing Hospitality Enterprises"** in collaboration with the Union of Hoteliers of Katerini Beach
- ◇ 5 and 6 February 2005 in LEDRA MARRIOTT hotel in Athens, **2nd Pan-Hellenic Hotel Congress** on the subject: **"Theory and Practice in Modern Administrative of Hotel Operations "**.
- ◇ 21 and 22 March 2006 in LEDRA MARRIOTT hotel in Athens, **3th Pan-Hellenic Hotel Congress** on the subject: **"Hotel Business "**.
- ◇ 4 June 2006 in Siphnos seminar on the subject **"Hospitality Management "** in collaboration with the D.E.T.A.S. (Municipal Enterprise of Tourist Development of Siphnos)
- ◇ 17 and 18 March 2007 in LEDRA MARRIOTT hotel in Athens, **4th Pan-Hellenic Hotel Congress** on the subject: **"Maximizing Hotel Sales"**.
- ◇ 12 May 2007 at Leros island meeting on the subject **"Tourism Education and Hospitality Quality"** in collaboration with the Municipality of Leros.

Moreover, DRATTE participated with its proposals to congresses and meetings through representatives, while it published a plethora of articles in periodicals of the sector.

ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε. INSTITUTES

Tourism Studies and Research Institute

Within the scope of the union there is an Institute relevant to Tourism Studies and Research (T.S.R.I.), which is created to serve the scientific purposes of the union. The institute makes surveys and researches, actions of training in tourism and tourism enterprises by itself, as well as in collaboration with foundations, unions and enterprises in Greece or abroad. I.T.M.E. also organizes scientific meetings and conferences. I.T.M.E. is responsible for facts of scholarships for all levels of education. The scholar choice criteria are set by command of the Board of Directors of DR.A.T.T.E.

Quality Evaluation Institute

Within the scope of the union there is the Quality Evaluation Institute (Q.E.I) which researches Quality Managing Methods for tourism enterprises. Q.E.I has formed an original system of hotel product quality management, according to the principles of I.S.O. Q.E.I activates executive advisors for the performance of this system

MEMBERS - COLLABORATIONS

DR.A.T.T.E **full members** are graduates of the Faculty of Tourism and executives in the tourism industry or tutors of tourist education or their main occupation relates directly with the tourist sector. Subscribers can be also **Tourist organisations** and **tourist enterprises**.

As **able members** can register students of tourist education. They pay **token subscription**, and they do not have right of vote, but they have the right to receive information and support in the frame of the association's activities.

DRATTE disposes **1.100 members**. Among them are **the most successful professionals** in the field and **tourist enterprises** from all Greece. In the arms of the association also act the most important Greek **specialised scientists** of the sector, as enough important scientists from abroad.

The activities and proposals of DRATTE supports the Ministry of Tourist Development, while the association collaborates with the Pan-Hellenic Federation of Hotel Directors, with the Union of Hotel Directors of Attica, with the Pan-Cretan association of Hotel Directors, with the Union of Beach Hotels, with the Union of Barmen of Greece, while its member is the Municipal Enterprise of Tourist Development of Siphnos. The Association collaborates individually with several tourist institutions and Municipalities of the country, while it maintains excellent and close relations with the tourist press. Also it collaborates closely with the international environmental organisation AVISH and its Greek department AVISH-HELLAS.

COMMUNICATION

Anyone can visit the DR.A.T.T.E. in the address 2 Zoodohou Pigis str. in Athens (Postal Code 0678) or can call at the +30210 3806877 from Monday up to Friday, hours 18:00 until 20:00. Additionally, someone can communicate via fax in the +30210 3806302 or visit our web pages in the address www.dratte.gr or can send e-mail in the address info@dratte.gr

*Τα Τουριστικά Θέματα εκδίδονται με την
υποστήριξη του Θμίλου Airotel*



AIROTEL



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ