

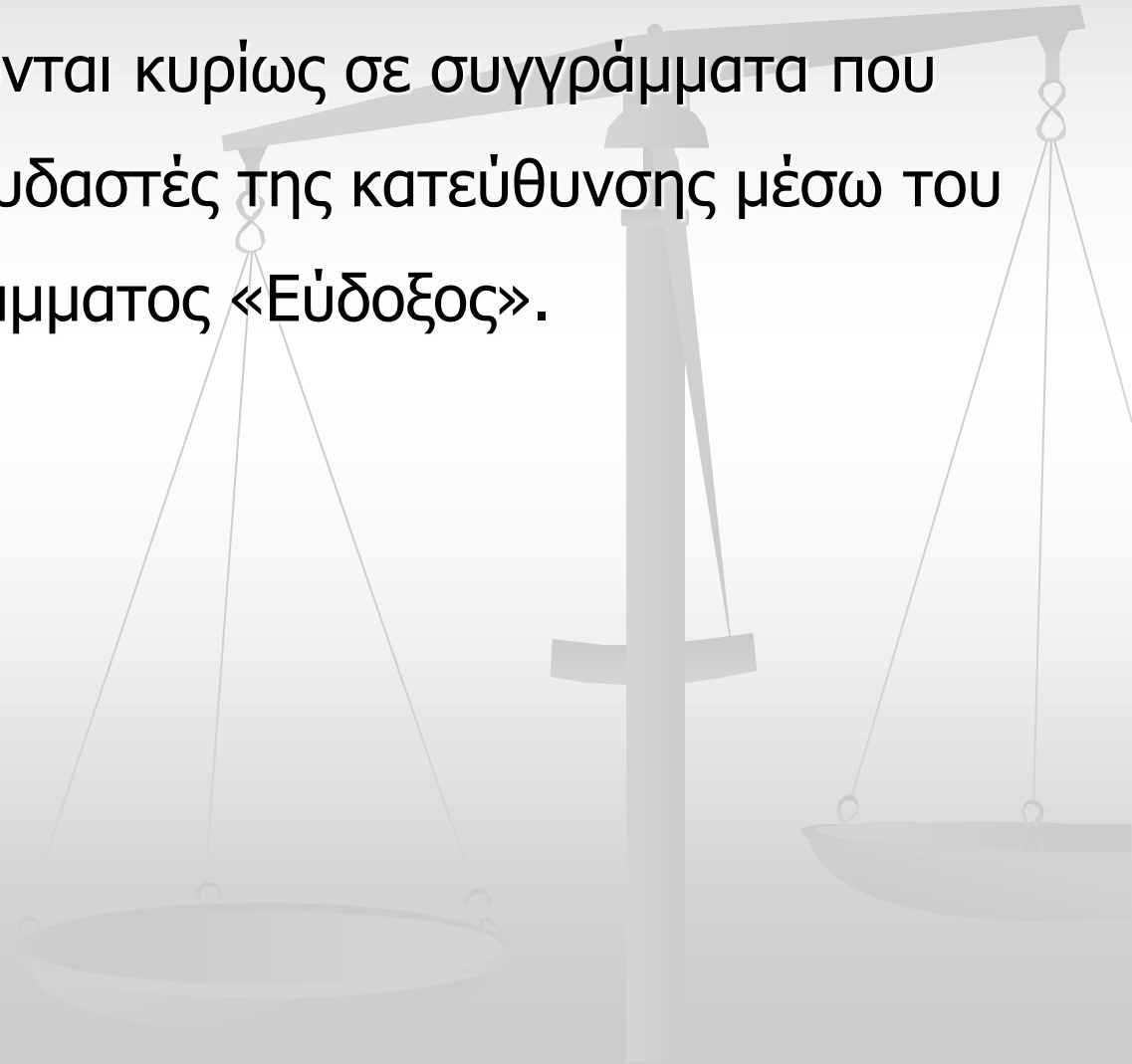


# Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού

Εκπαιδευτής: Μιχάλης Σιώζης

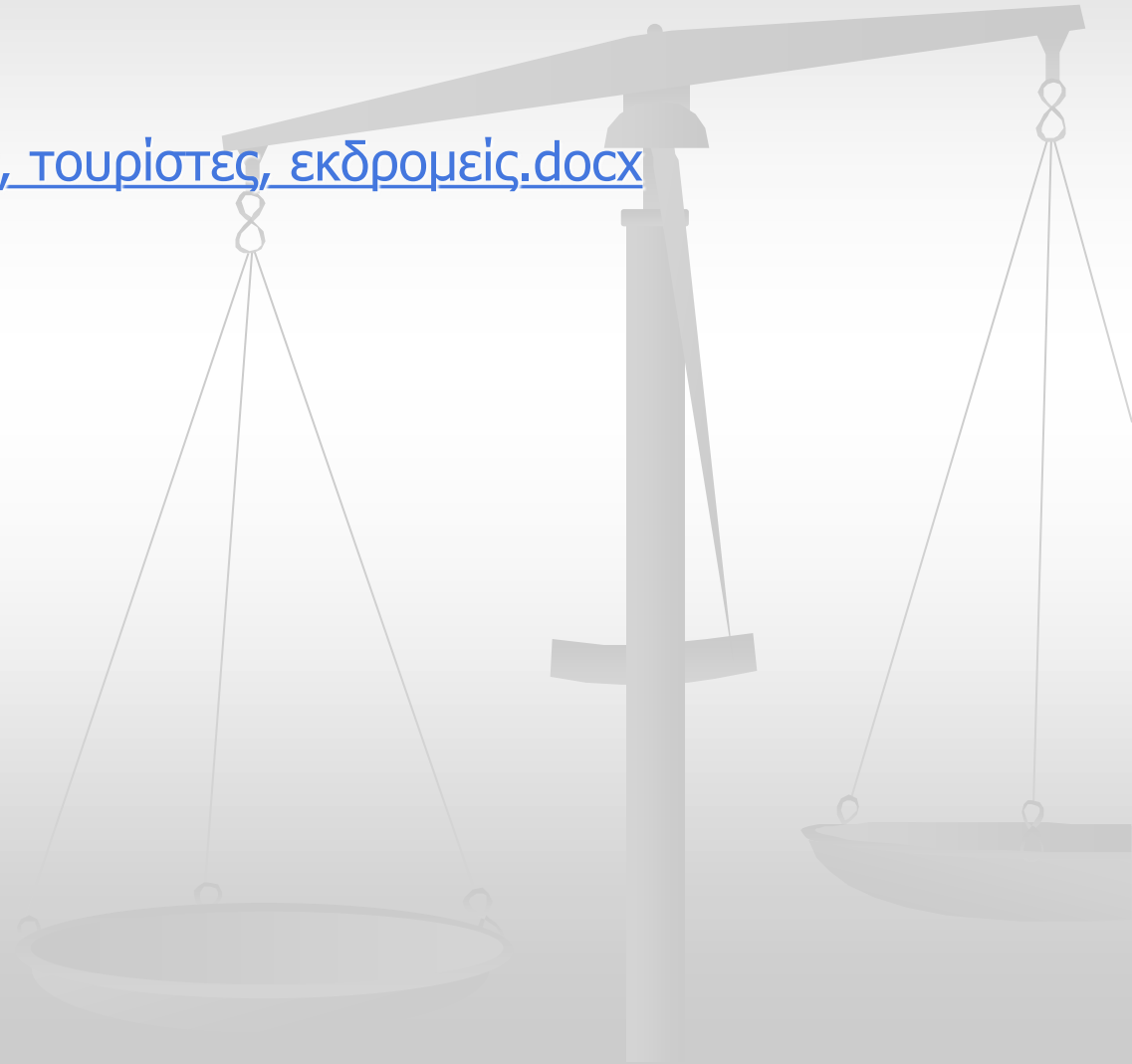
Λευκάδα, 2020

Οι Σημειώσεις βασίζονται κυρίως σε συγγράμματα που διανέμονται στους σπουδαστές της κατεύθυνσης μέσω του προγράμματος «Εύδοξος».



# Οι ταξιδιώτες, επισκέπτες, τουρίστες, εκδρομείς

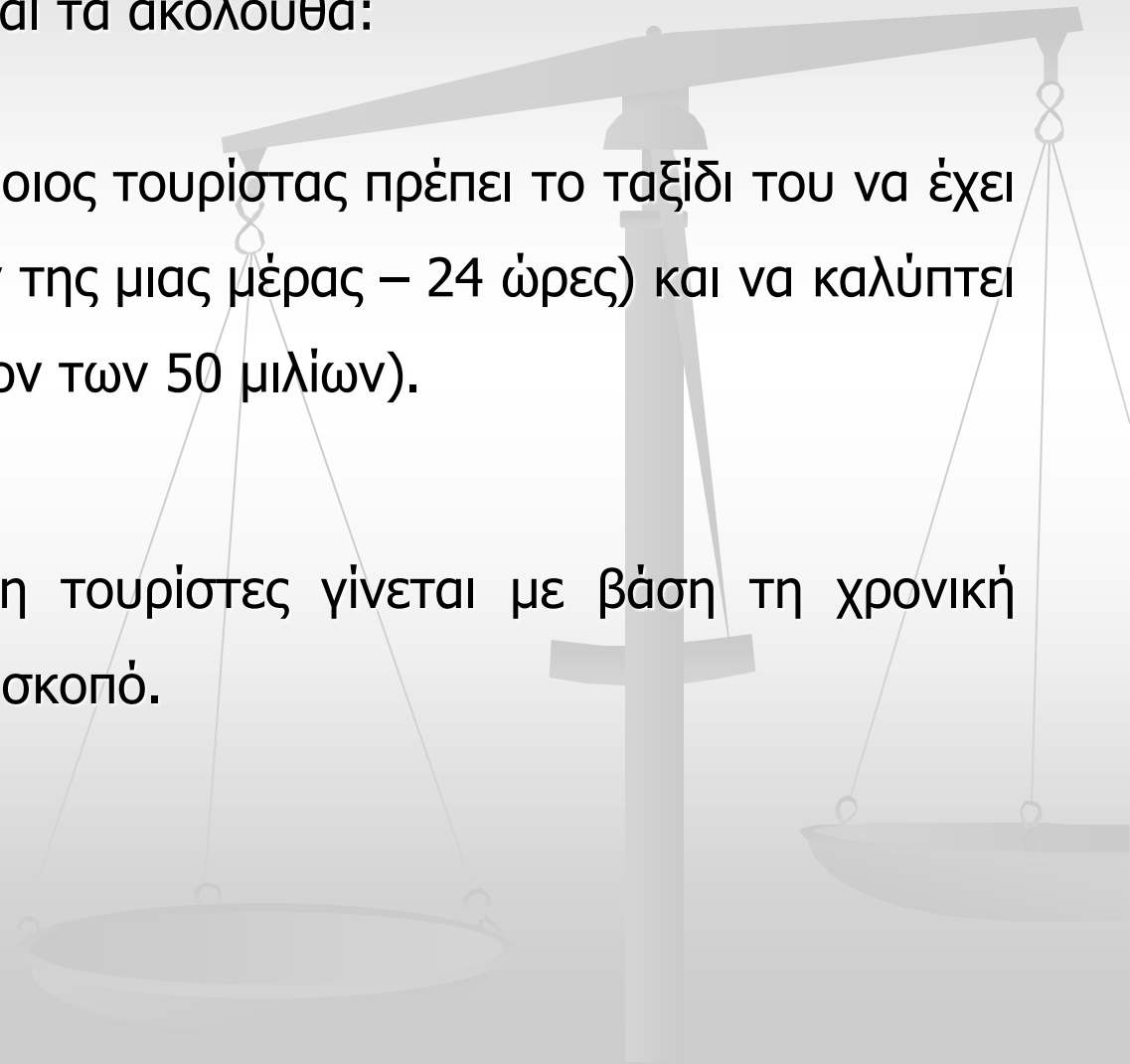
- [Οι ταξιδιώτες, επισκέπτες, τουρίστες, εκδρομείς.docx](#)



# Οι ταξιδιώτες, επισκέπτες, τουρίστες, εκδρομείς

Από το διάγραμμα συνάγονται τα ακόλουθα:

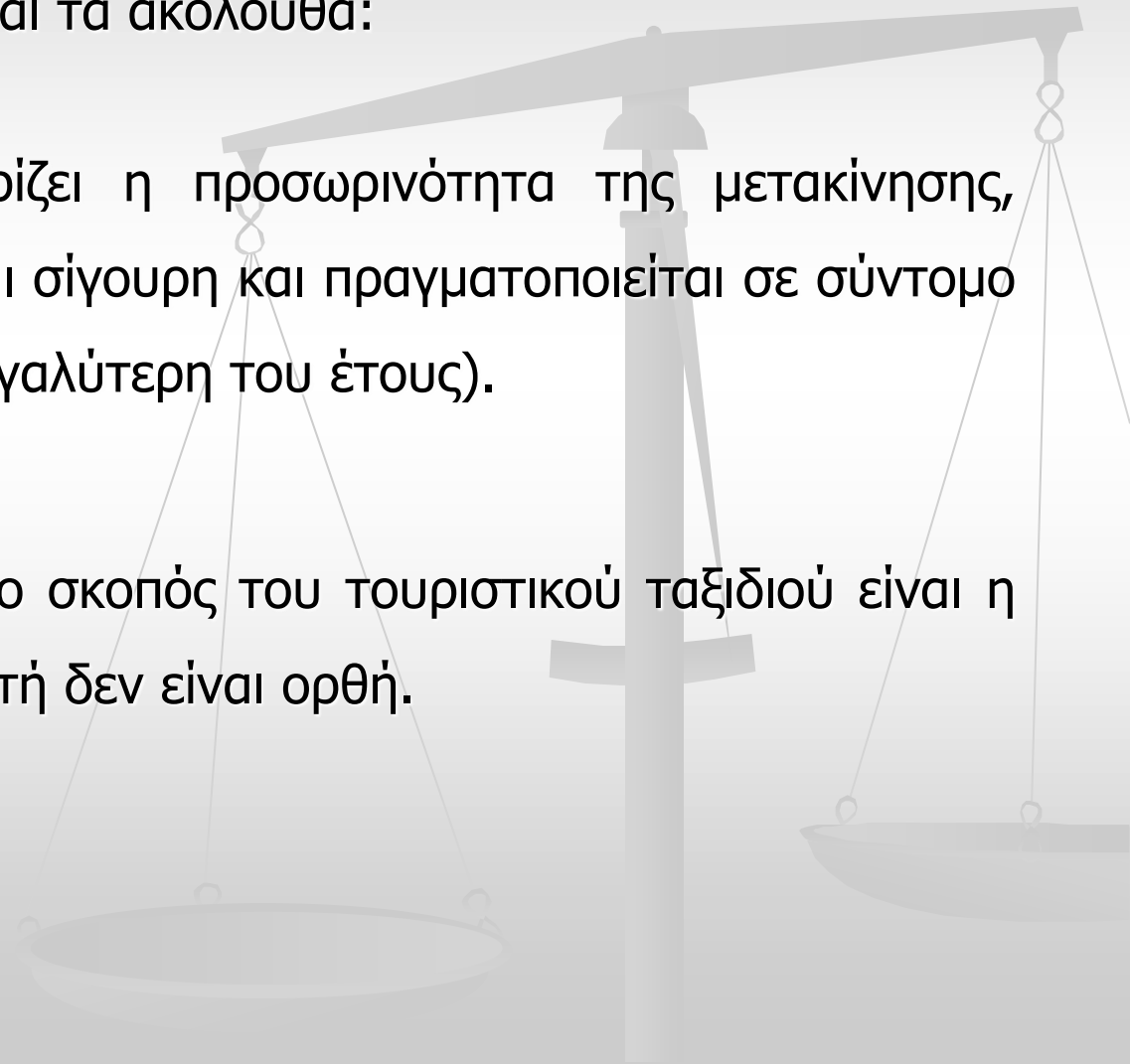
- Για να χαρακτηριστεί κάποιος τουρίστας πρέπει το ταξίδι του να έχει ορισμένη διάρκεια (πλέον της μιας μέρας – 24 ώρες) και να καλύπτει ορισμένη απόσταση (πλέον των 50 μιλίων).
- Η διάκριση από τους μη τουρίστες γίνεται με βάση τη χρονική διάρκεια απουσίας και το σκοπό.



# Οι ταξιδιώτες, επισκέπτες, τουρίστες, εκδρομείς

Από το διάγραμμα συνάγονται τα ακόλουθα:

- Τον τουρισμό χαρακτηρίζει η προσωρινότητα της μετακίνησης, δηλαδή η επιστροφή είναι σίγουρη και πραγματοποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα (όχι μεγαλύτερη του έτους).
- Υπάρχει η αντίληψη ότι ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού είναι η αναψυχή. Η αντίληψη αυτή δεν είναι ορθή.



# Γιατί ταξιδεύουμε;

- Ξεκούραση/ Αναψυχή
- Επίσκεψη φίλων/ συγγενών
- Υγεία
- Διαφωτισμός / εκπαίδευση
- Θρησκεία
- Αθλητισμός
- Ομορφιά / φύση / εθνικά πάρκα

- Φεστιβάλ/ Τέχνη
- Ψώνια
- Απλά για την χαρά του ταξιδιού
- Τζόγο
- Εθνική Κληρονομία/ Αξιοθέατα
- Οικοτουρισμός
- Εργασία/ Συνέδρια/ Συναντήσεις/ Ταξίδια κινήτρων (Incentives)

# Οι πέντε βασικοί τομείς της βιομηχανίας του ταξιδιού και τουρισμού

- [Οι πέντε βασικοί τομείς της βιομηχανίας του ταξιδιού και τουρισμού.doc](#)



# Απλοποιημένο τουριστικό κύκλωμα

- [Απλοποιημένο τουριστικό κύκλωμα.docx](#)

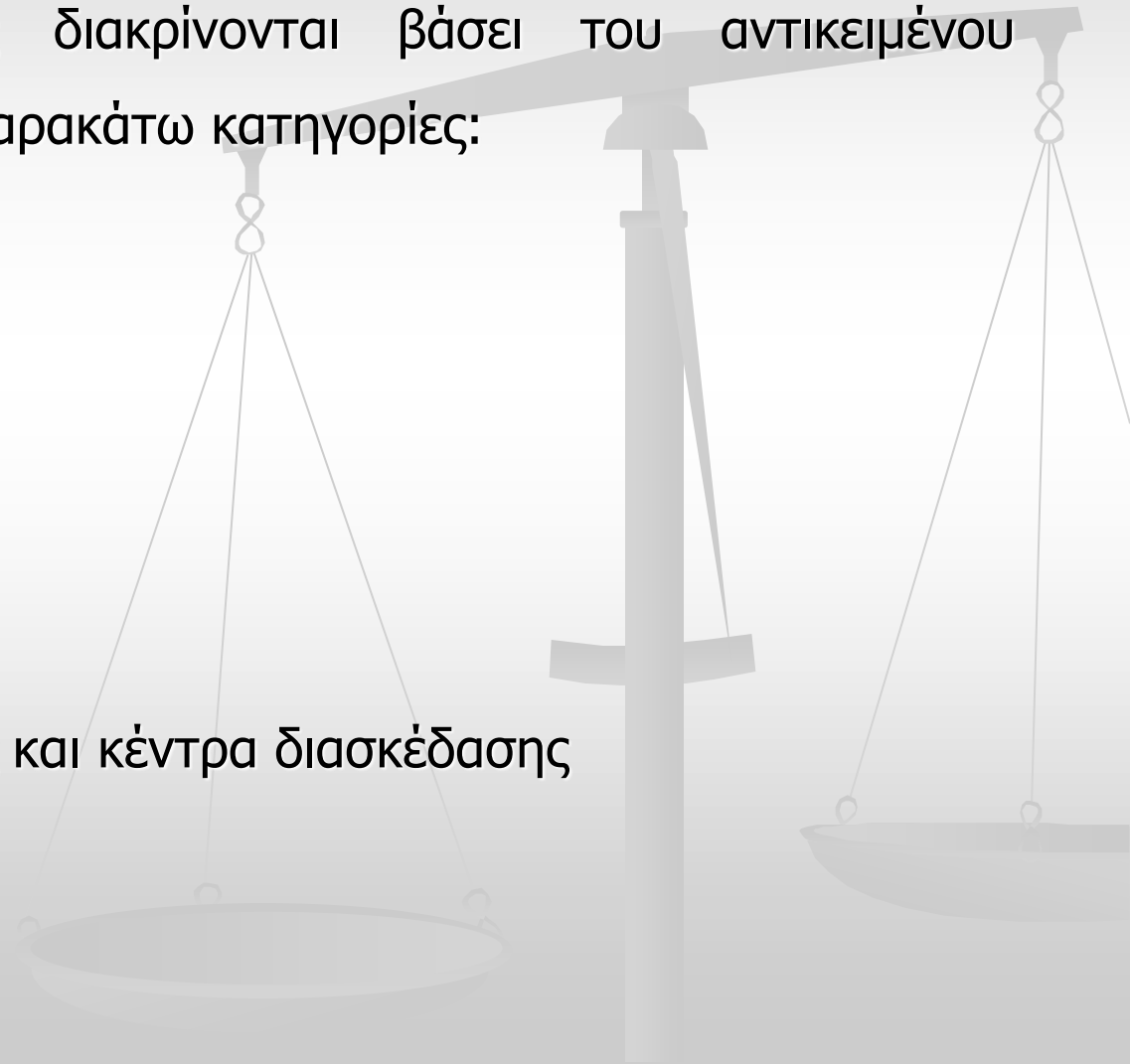




# Τουριστικές Επιχειρήσεις

Οι ελληνικές επιχειρήσεις διακρίνονται βάσει του αντικειμένου δραστηριότητάς τους στις παρακάτω κατηγορίες:

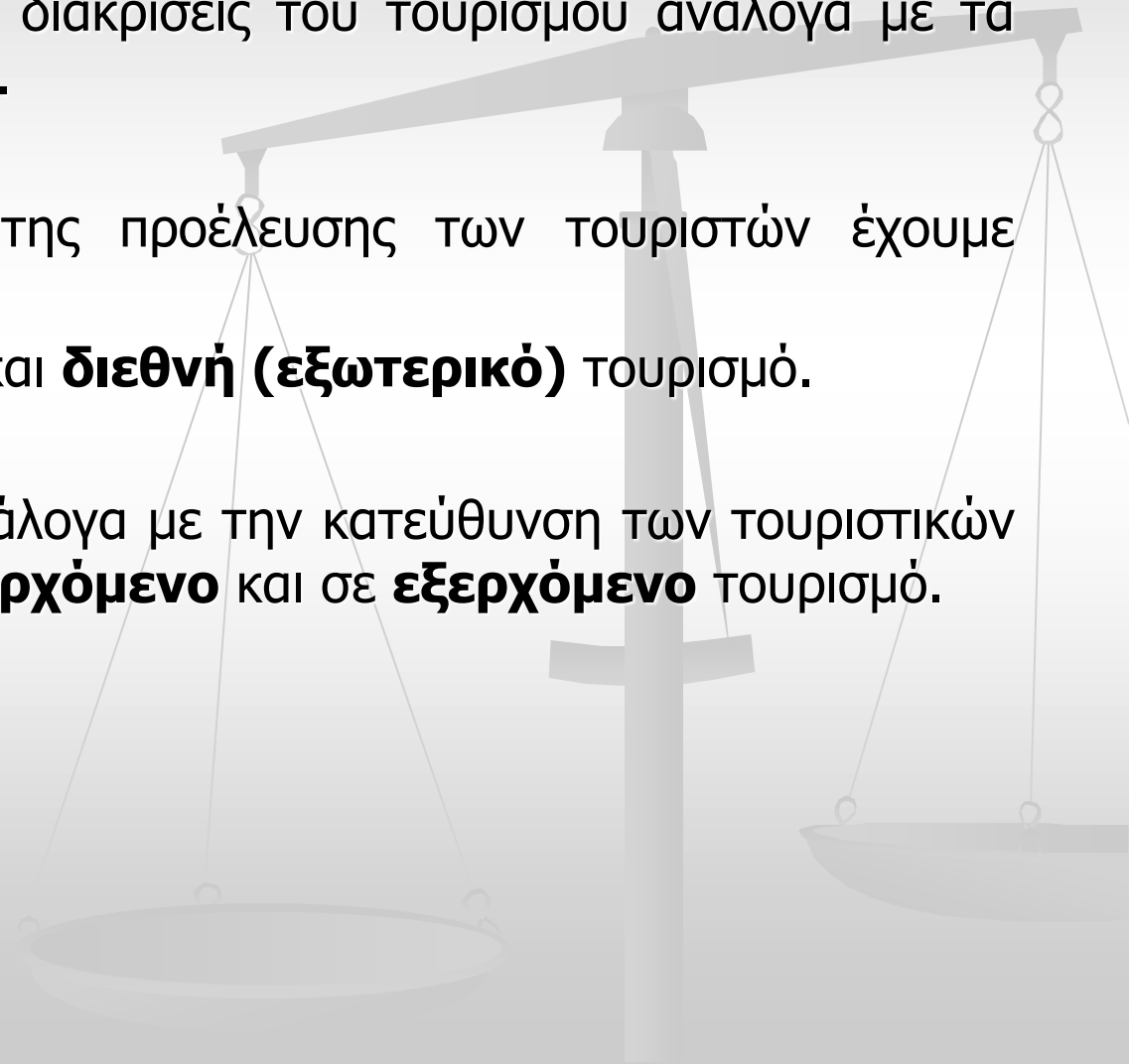
- Επιχειρήσεις κατάλυσης
- Τουριστικά γραφεία
- Επιχειρήσεις μεταφορών
- Επισιτιστικές επιχειρήσεις και κέντρα διασκέδασης



# Διακρίσεις του τουρισμού

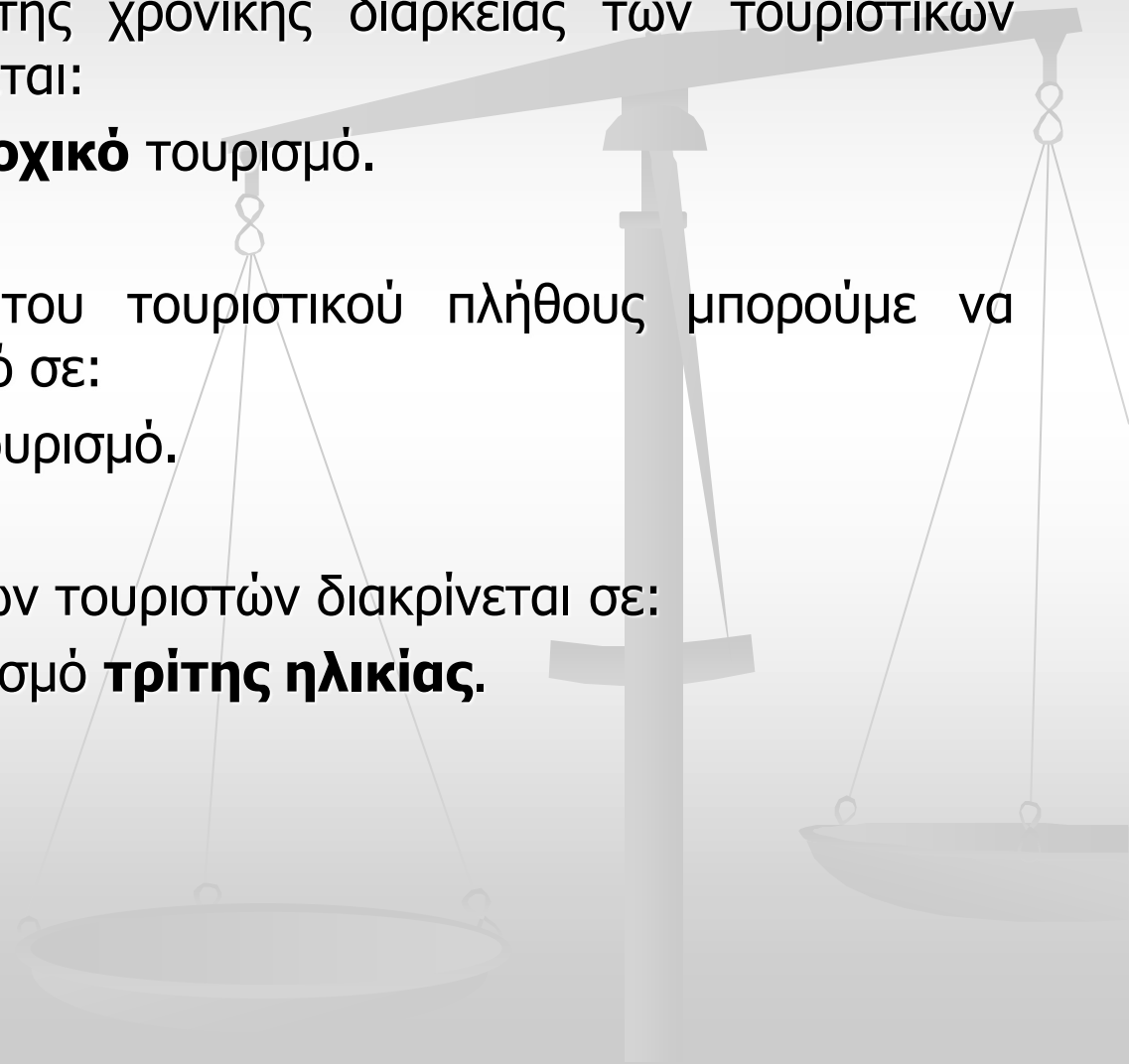
Μπορούν να γίνουν πολλές διακρίσεις του τουρισμού ανάλογα με τα κριτήρια που θα θέσουμε.

- Με βάση το κριτήριο της προέλευσης των τουριστών έχουμε διάκριση σε:  
**εγχώριο (εσωτερικό)** και **διεθνή (εξωτερικό)** τουρισμό.
- Ο διεθνής τουρισμός, ανάλογα με την κατεύθυνση των τουριστικών ροών διακρίνεται σε **εισερχόμενο** και σε **εξερχόμενο** τουρισμό.



# Διακρίσεις του τουρισμού

- Με βάση το κριτήριο της χρονικής διάρκειας των τουριστικών δραστηριοτήτων διακρίνεται:  
στον **συνεχή** και τον **εποχικό** τουρισμό.
- Με βάση το μέγεθος του τουριστικού πλήθους μπορούμε να διακρίνουμε τον τουρισμό σε:  
**ατομικό** και **ομαδικό** τουρισμό.
- Με κριτήριο την ηλικία των τουριστών διακρίνεται σε:  
τουρισμό **νέων** και τουρισμό **τρίτης ηλικίας**.



# Διακρίσεις του τουρισμού

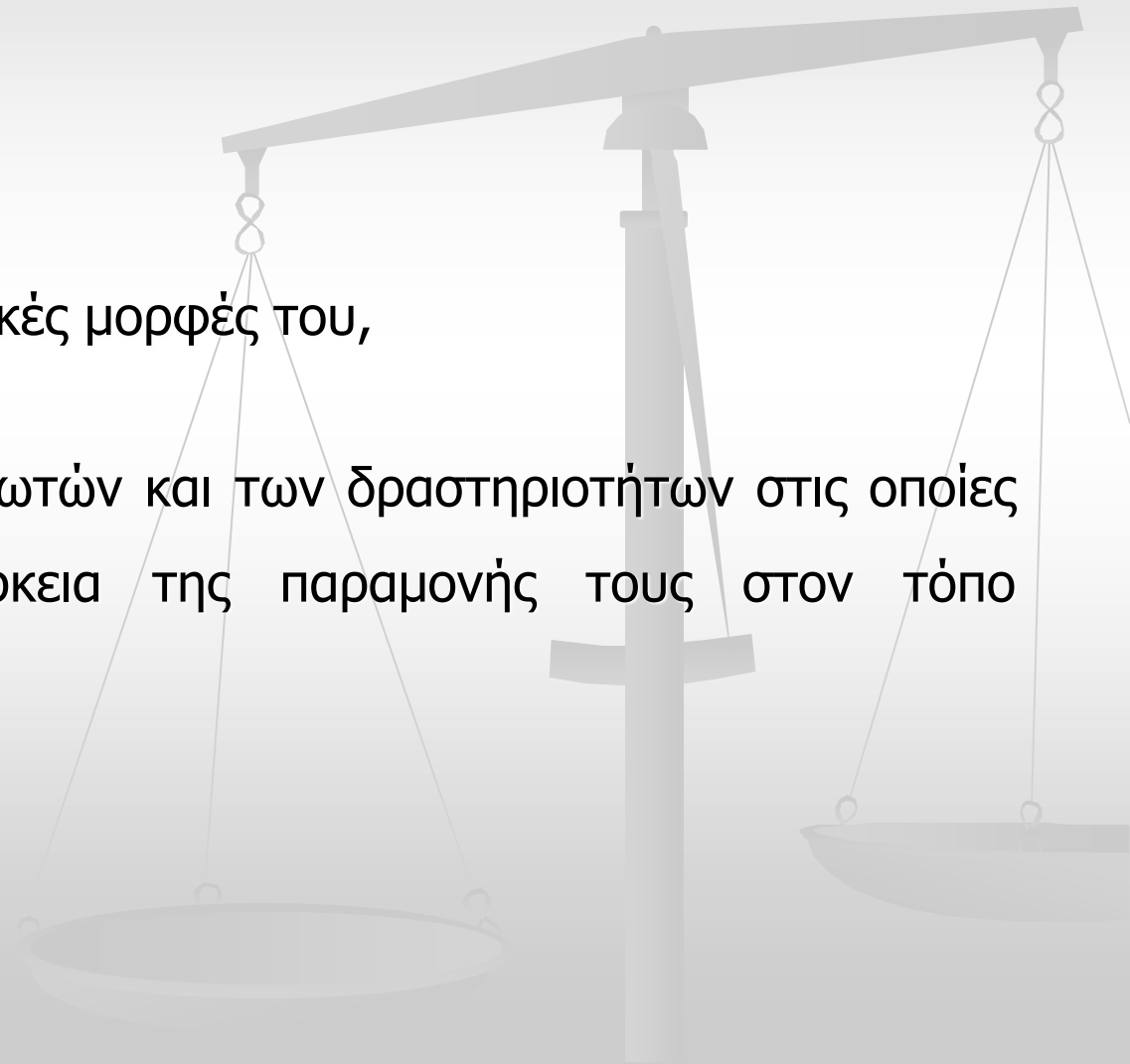
- Με βάση το κριτήριο του τόπου (προορισμού) σε: **αστικό** (πόλης), **υπαίθρου**, **ορεινό** και **παραθαλάσσιο**.
- Με βάση το κριτήριο της εποχής σε: **θερινό** και **χειμερινό**.
- Με κριτήριο τον κύριο σκοπό του τουριστικού ταξιδιού προκύπτουν πάρα πολλές κατηγορίες τουρισμού.  
Θα μπορούσαμε να διαχωρίσουμε δύο βασικές κατηγορίες.  
Το **γενικό τουρισμό** (αναψυχής) και τον **τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων** ή εναλλακτικό.

# Διακρίσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- μαζικό τουρισμό και
- στις εναλλακτικές και ειδικές μορφές του,

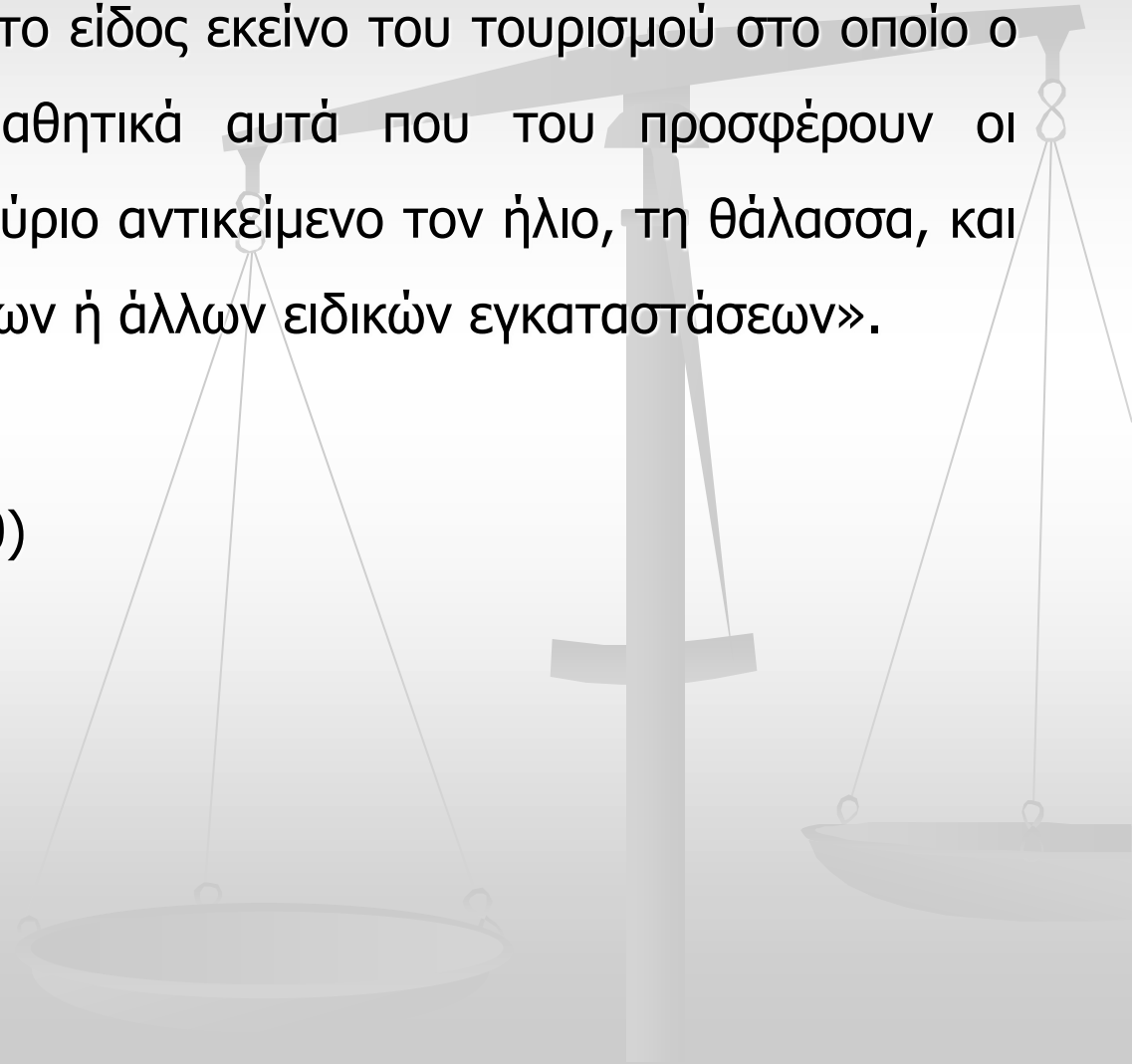
βάσει του όγκου των ταξιδιωτών και των δραστηριοτήτων στις οποίες επιδίδονται κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στον τόπο προορισμού.



# Μαζικός Τουρισμός

«Ο μαζικός τουρισμός είναι το είδος εκείνο του τουρισμού στο οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτά που του προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές, με κύριο αντικείμενο τον ήλιο, τη θάλασσα, και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ή άλλων ειδικών εγκαταστάσεων».

(Αποστολόπουλος κ.ά., 2000)

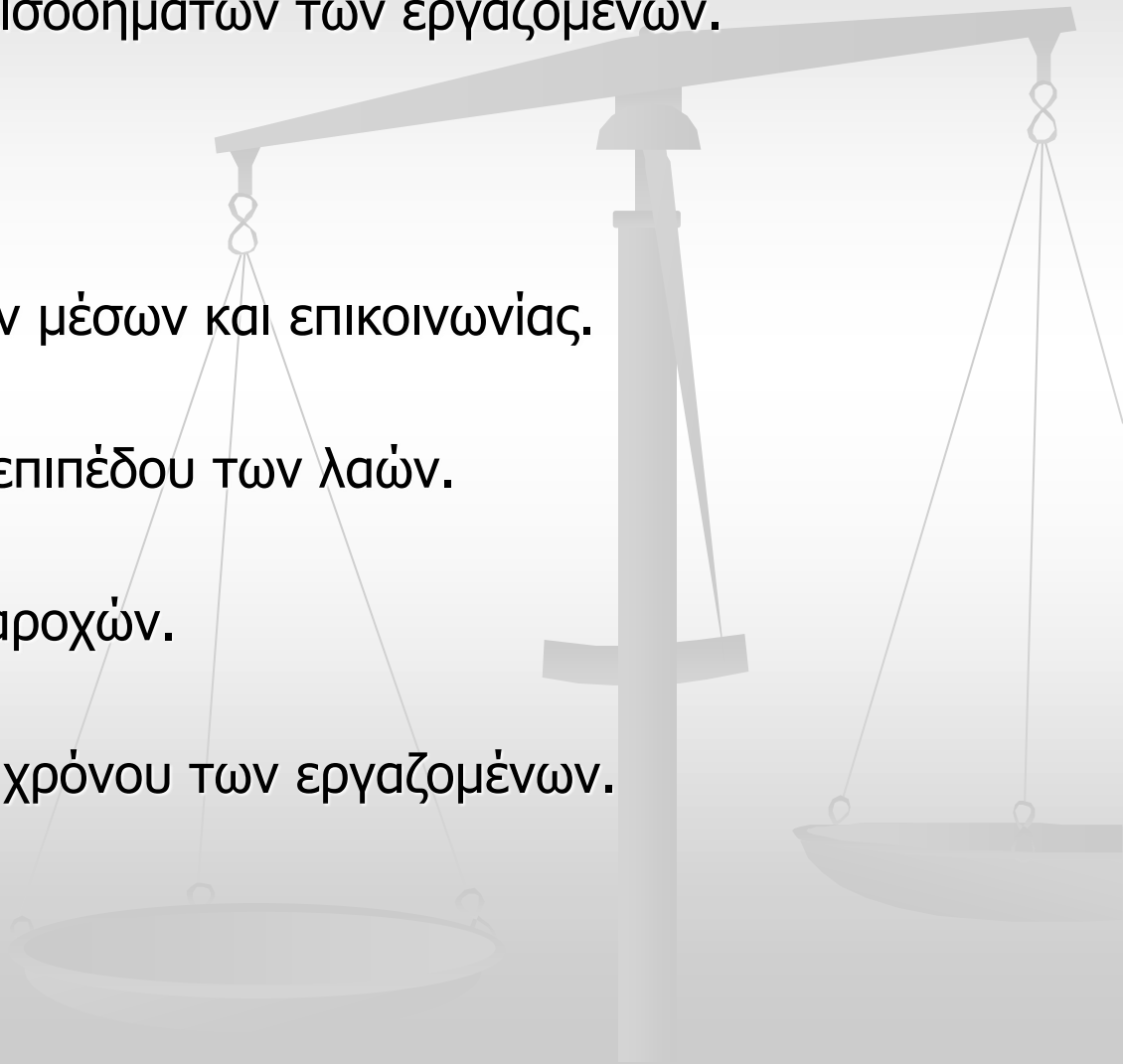


# Μαζικός Τουρισμός

- Ο μαζικός τουρισμός εκφράζεται από τη διεθνή τουριστική ορολογία με τα 4 «S» (Sun, Sea, Sand, Service – ήλιος, θάλασσα, αμμουδιά, υπηρεσίες).
- Το κριτήριο επιλογής του τουριστικού προορισμού είναι συνήθως το κλίμα του και το επίπεδο τιμών των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός είναι ένας παθητικός τύπος διακοπών, όπου ο επισκέπτης είναι απλός παρατηρητής της περιοχής.
- Προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον και συνήθως διαμένει σε μεγάλα οργανωμένα τουριστικά θέρετρα.

# Παράγοντες Ανάπτυξης του Τουρισμού

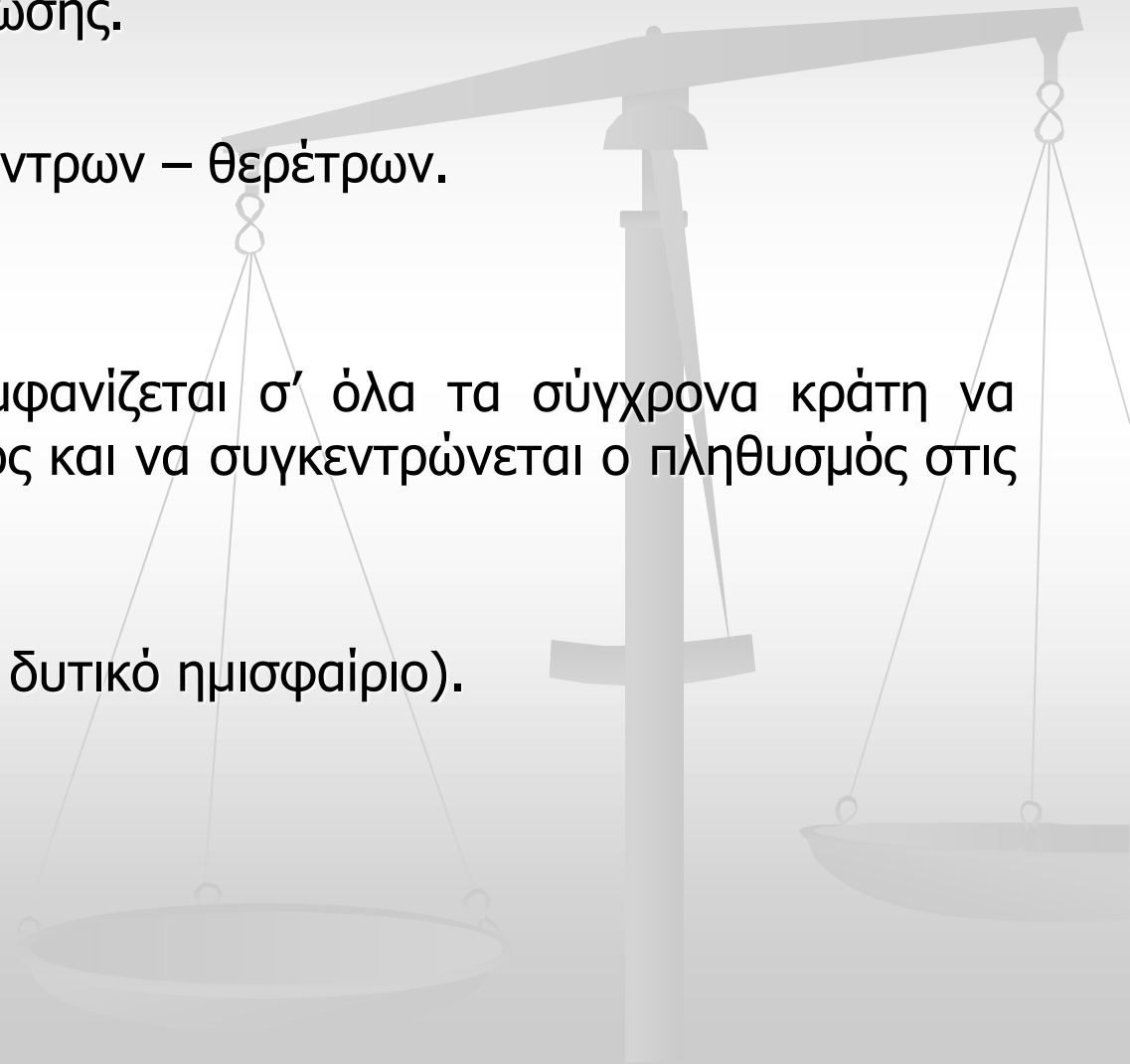
- Βελτίωση των ατομικών εισοδημάτων των εργαζομένων.
- Η τεχνολογική ανάπτυξη.
- Ανάπτυξη συγκοινωνιακών μέσων και επικοινωνίας.
- Άνοδος του πολιτιστικού επιπέδου των λαών.
- Καθιέρωση κοινωνικών παροχών.
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων.



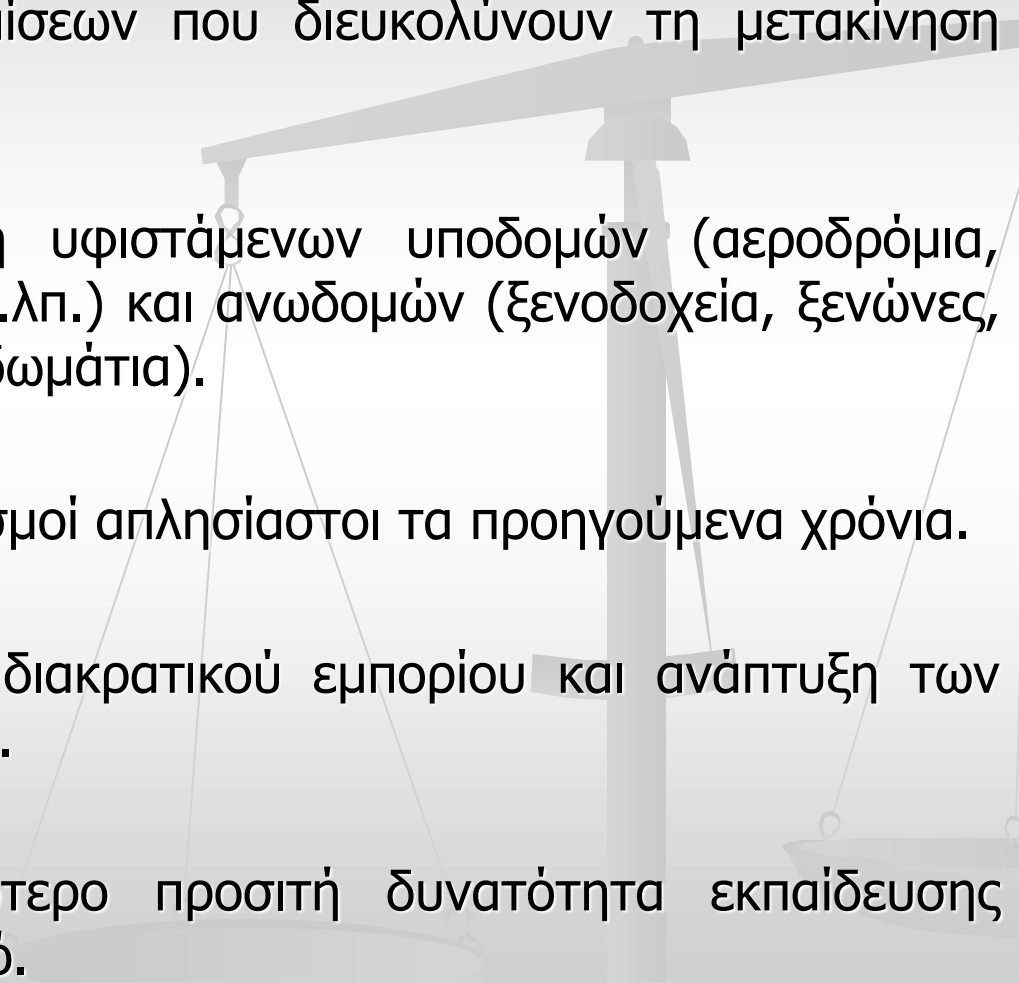


# Παράγοντες Ανάπτυξης του Τουρισμού

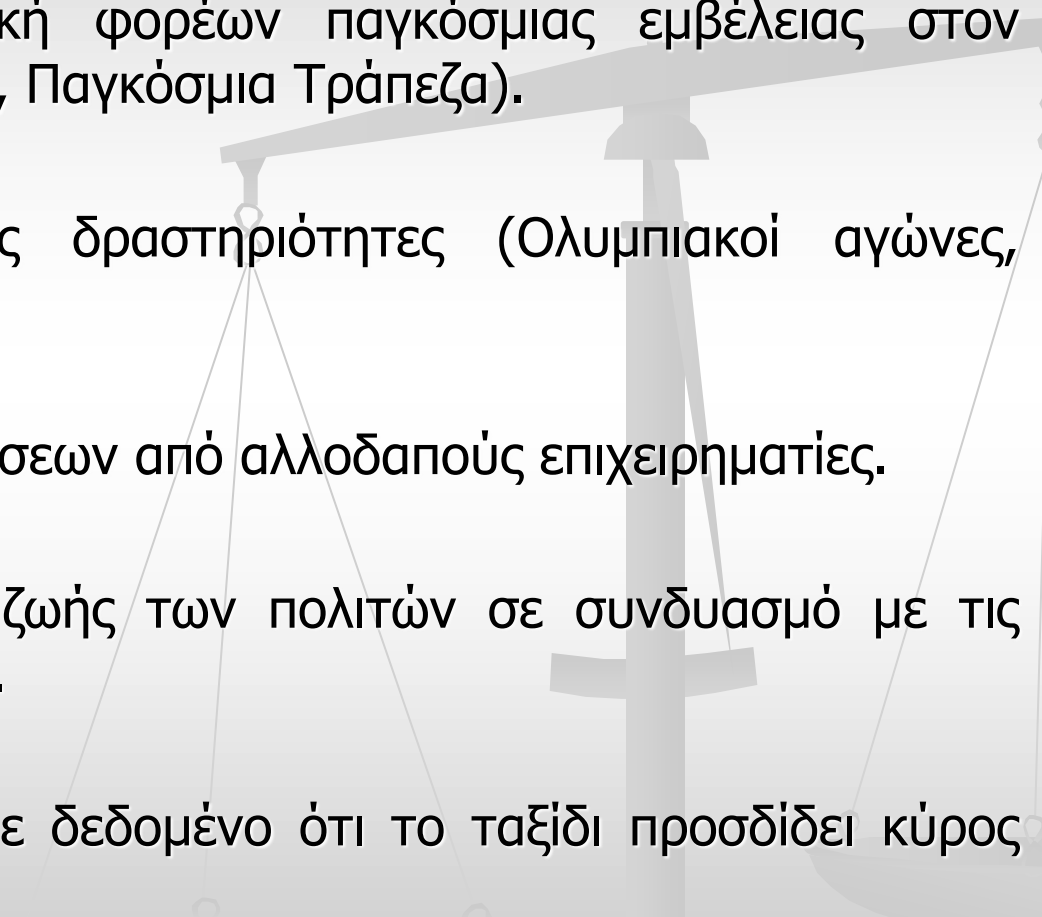
- Η πληρότητα της ενημέρωσης.
- Ανάπτυξη τουριστικών κέντρων – θερέτρων.
- Ο Αστυκεντρισμός  
(η ροπή δηλαδή που εμφανίζεται σ' όλα τα σύγχρονα κράτη να εγκαταλείπεται η ύπαιθρος και να συγκεντρώνεται ο πληθυσμός στις μεγαλουπόλεις).
- Η απουσία πολέμων (στο δυτικό ημισφαίριο).



# Παράγοντες Ανάπτυξης του Τουρισμού

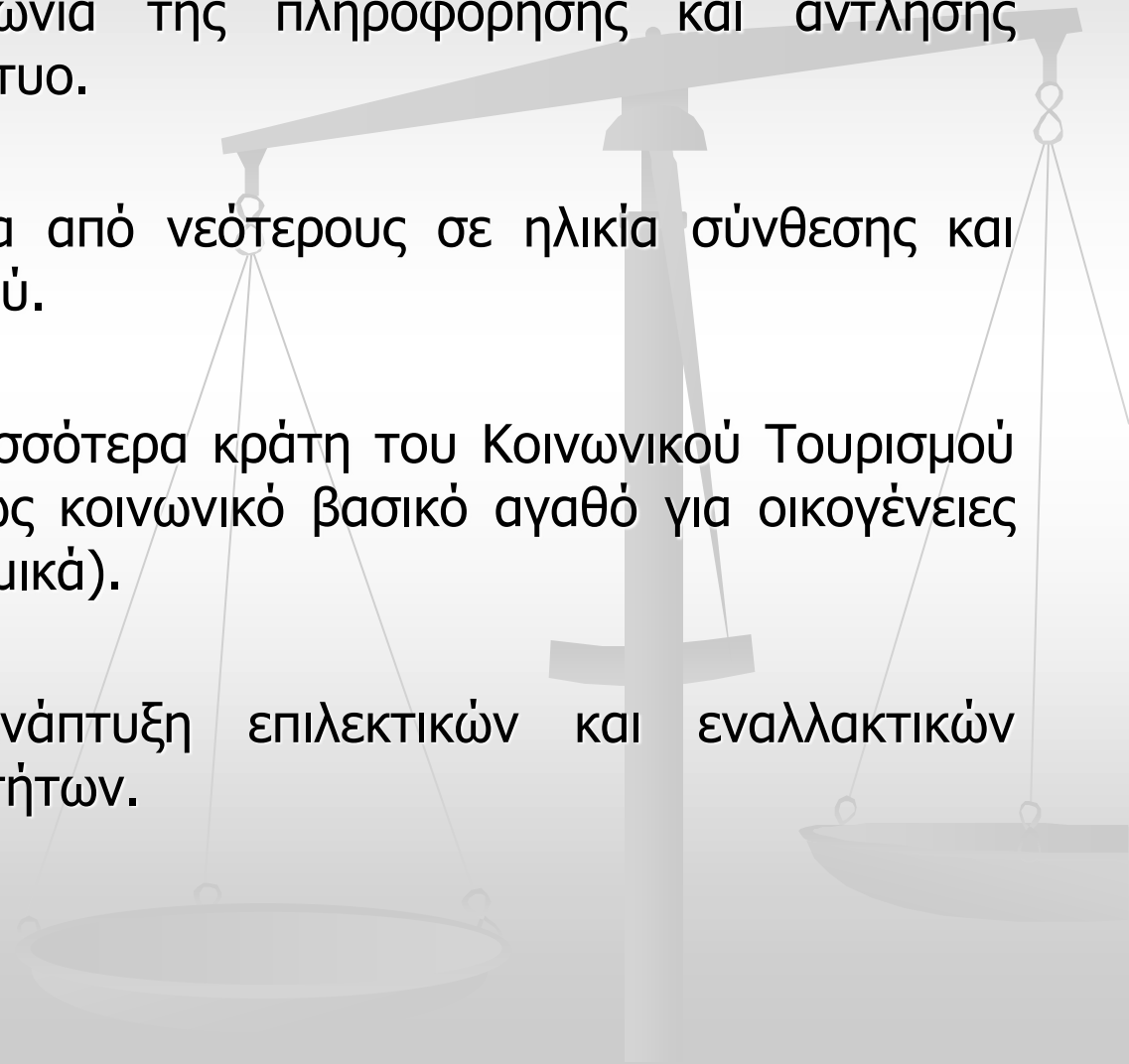
- Σειρά διακρατικών ρυθμίσεων που διευκολύνουν τη μετακίνηση από χώρα σε χώρα.
  - Δημιουργία, αναβάθμιση υφιστάμενων υποδομών (αεροδρόμια, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, κ.λπ.) και ανωδομών (ξενοδοχεία, ξενώνες, camping, ενοικιαζόμενα δωμάτια).
  - Νέοι ταξιδιωτικοί προορισμοί απλησίαστοι τα προηγούμενα χρόνια.
  - Περαιτέρω αύξηση του διακρατικού εμπορίου και ανάπτυξη των επαγγελματικών ταξιδιών.
  - Η ολοένα και περισσότερο προσιτή δυνατότητα εκπαίδευσης (σπουδών) στο εξωτερικό.
- 

# Παράγοντες Ανάπτυξης του Τουρισμού

- Η ίδρυση και εμπλοκή φορέων παγκόσμιας εμβέλειας στον τουρισμό (WTO, ΟΟΣΑ, Παγκόσμια Τράπεζα).
  - Οι διεθνείς αθλητικές δραστηριότητες (Ολυμπιακοί αγώνες, ποδόσφαιρο κ.λπ.).
  - Οι δυνατότητες επενδύσεων από αλλοδαπούς επιχειρηματίες.
  - Η αύξηση του ορίου ζωής των πολιτών σε συνδυασμό με τις υψηλές συντάξεις τους.
  - Η κοινωνική ανέλιξη με δεδομένο ότι το ταξίδι προσδίδει κύρος στον ταξιδεύοντα.
- 

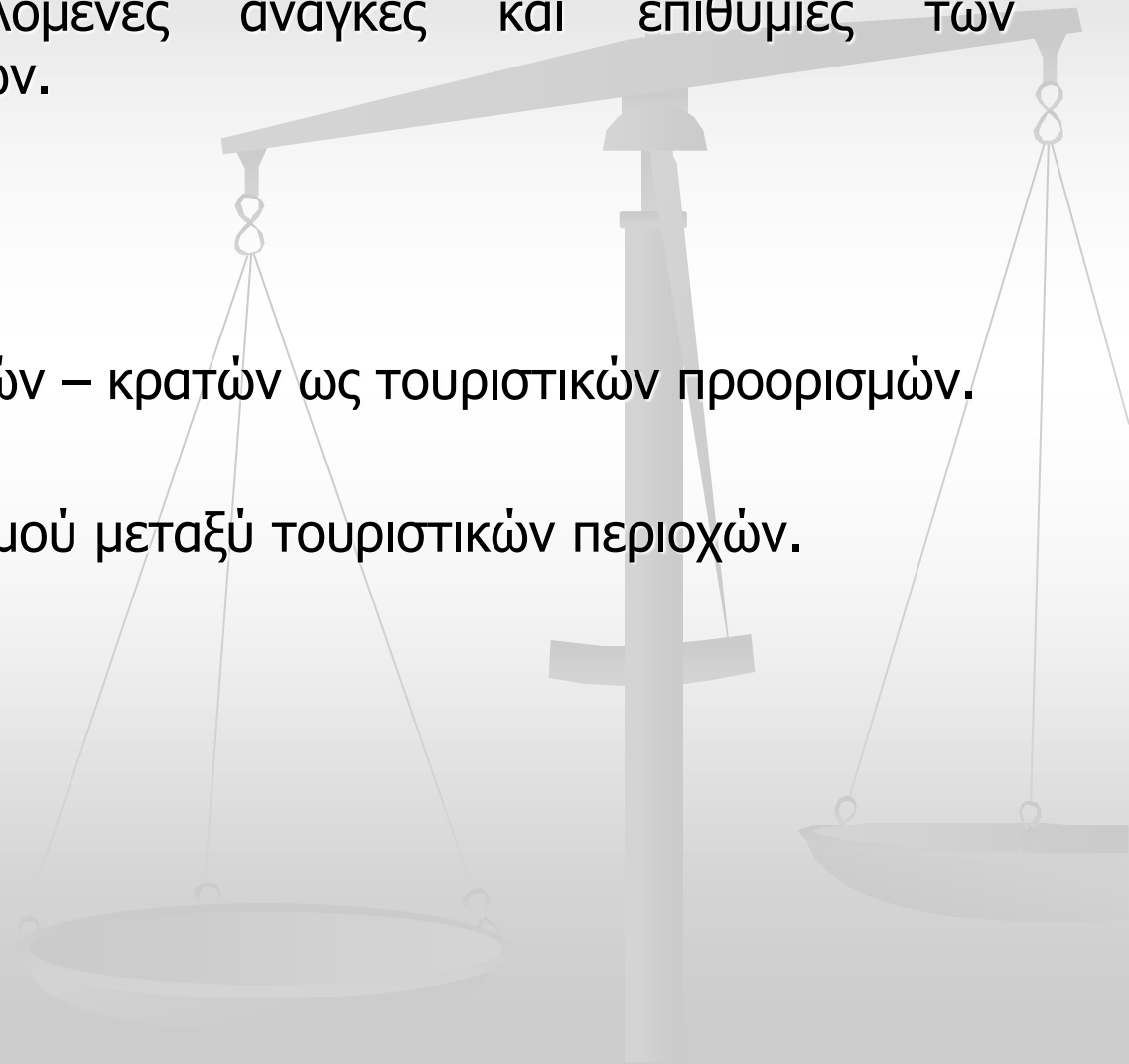
# Παράγοντες Ανάπτυξης του Τουρισμού

- Η έκρηξη στην κοινωνία της πληροφόρησης και άντλησης στοιχείων από το διαδίκτυο.
- Η δυνατότητα ιδιαίτερα από νεότερους σε ηλικία σύνθεσης και κλεισίματος ενός ταξιδιού.
- Η θέσπιση από τα περισσότερα κράτη του Κοινωνικού Τουρισμού και η καθιέρωση του ως κοινωνικό βασικό αγαθό για οικογένειες (άτομα αδύναμα οικονομικά).
- Η εξειδίκευση και ανάπτυξη επιλεκτικών και εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων.



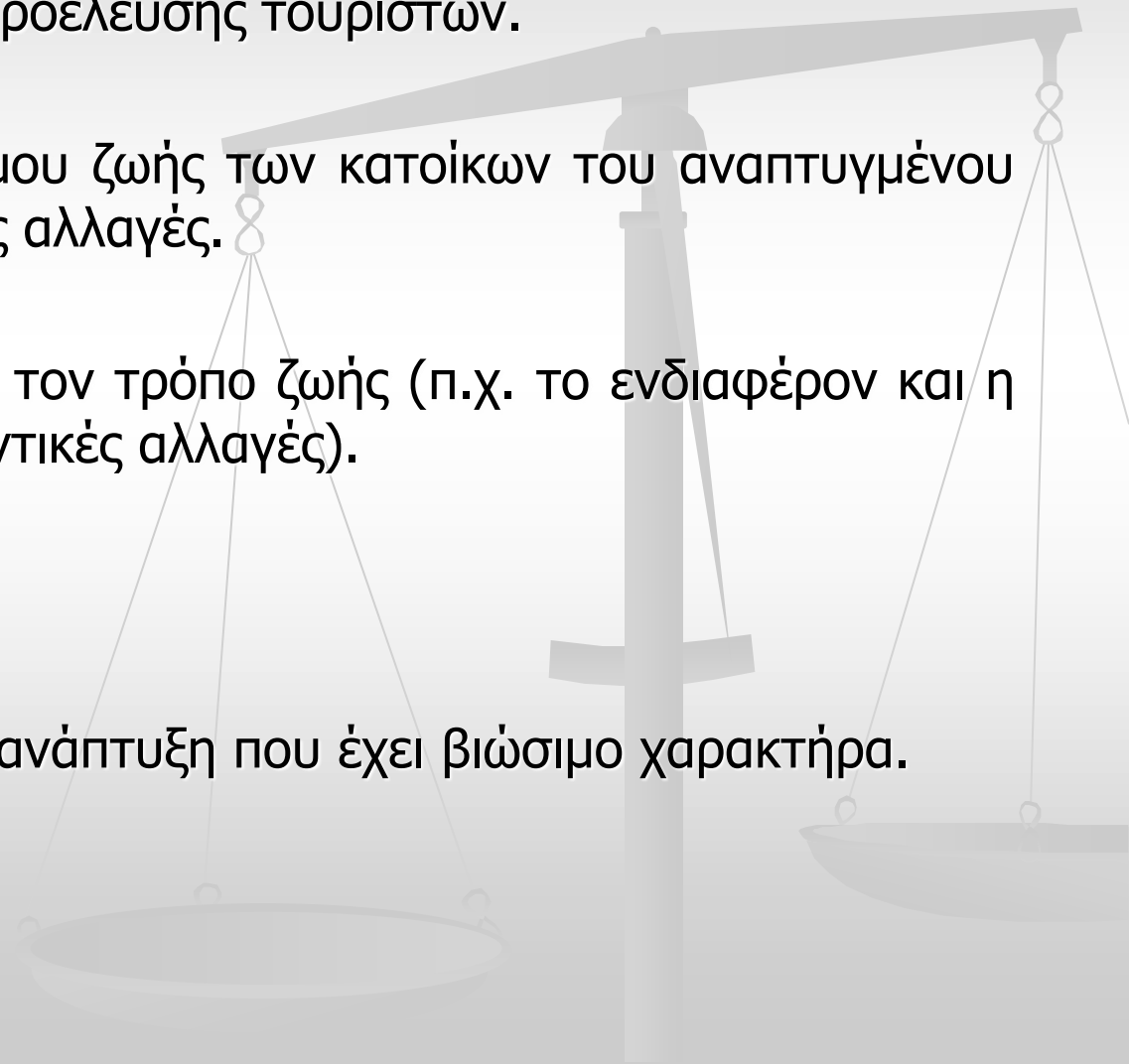
# Παράγοντες και Τάσεις που θα επηρεάσουν τον Τουρισμό

- Οι διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών – τουριστών.
- Η τεχνολογική εξέλιξη.
- Η εμφάνιση νέων περιοχών – κρατών ως τουριστικών προορισμών.
- Η όξυνση του ανταγωνισμού μεταξύ τουριστικών περιοχών.



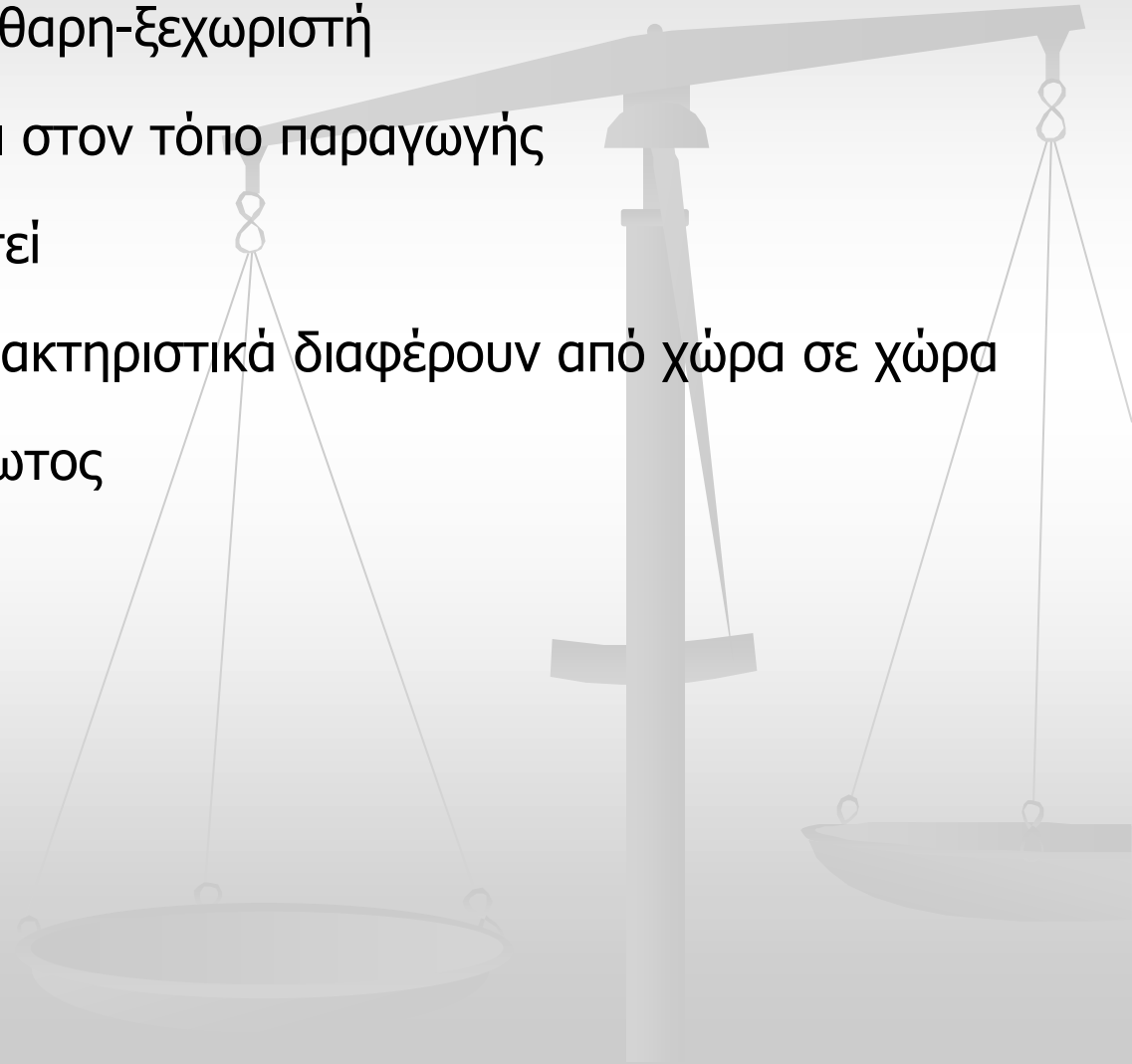
# Παράγοντες και Τάσεις που θα επηρεάσουν τον Τουρισμό

- Η άνοδος νέων αγορών προέλευσης τουριστών.
- Η αύξηση του προσδόκιμου ζωής των κατοίκων του αναπτυγμένου κόσμου. Οι δημογραφικές αλλαγές.
- Οι αλλαγές στις αξίες και τον τρόπο ζωής (π.χ. το ενδιαφέρον και η αγωνία για τις περιβαλλοντικές αλλαγές).
- Ο παράγοντας ασφάλεια.
- Η ανάγκη για τουριστική ανάπτυξη που έχει βιώσιμο χαρακτήρα.



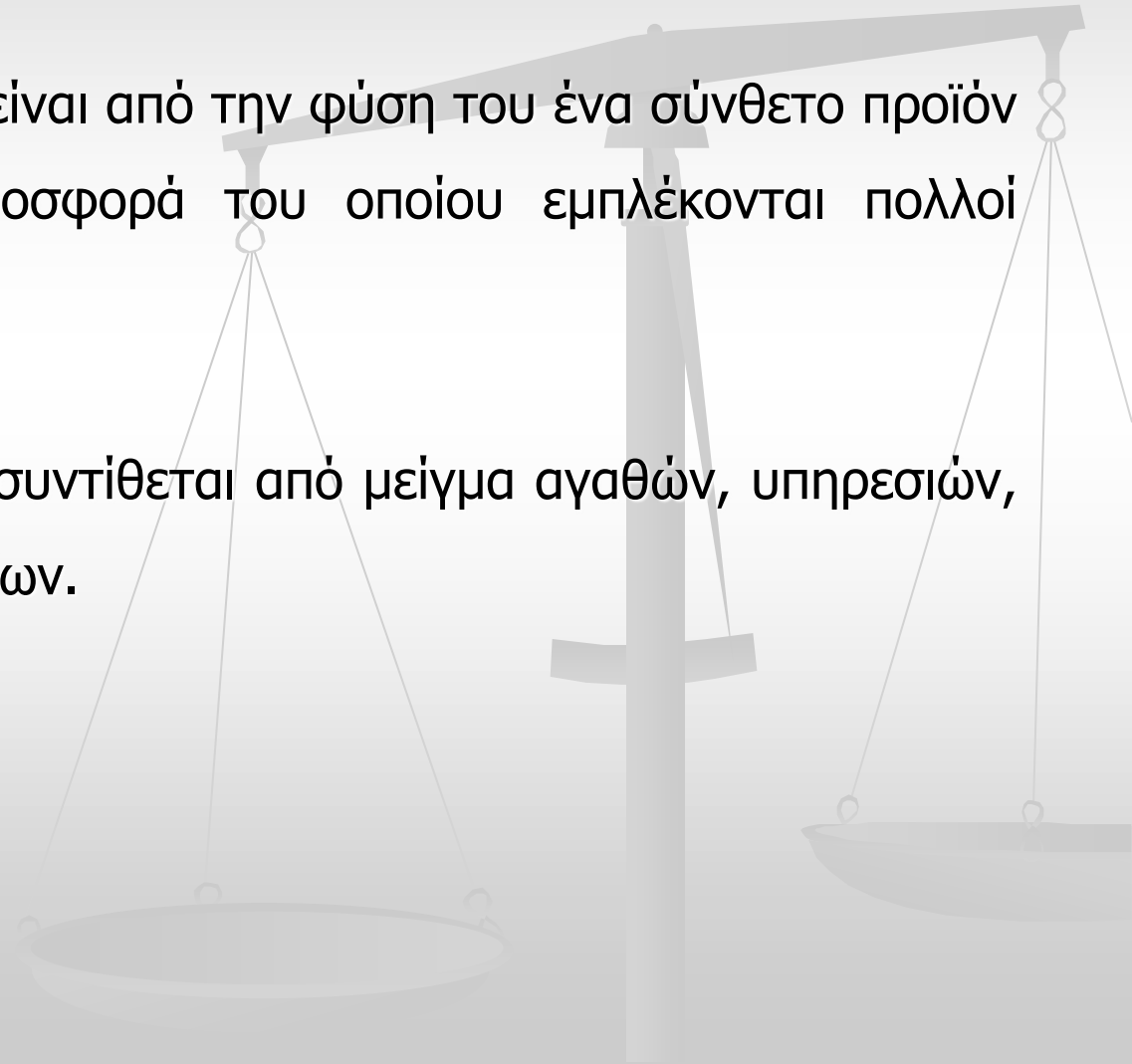
# Χαρακτηριστικά του Τουρισμού Σήμερα

- Βιομηχανία αλλά όχι ξεκάθαρη-ξεχωριστή
- Το προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής
- Δεν μπορεί να αποθηκευτεί
- Τα βασικά συστατικά χαρακτηριστικά διαφέρουν από χώρα σε χώρα
- Πολύ εύθραυστος - ευάλωτος
- Εποχικότητα
- Άυλο προϊόν



# Το Τουριστικό Προϊόν

- Το **τουριστικό προϊόν** είναι από την φύση του ένα σύνθετο προϊόν στην παραγωγή και προσφορά του οποίου εμπλέκονται πολλοί κλάδοι της οικονομίας.
- Το **τουριστικό προϊόν** συντίθεται από μείγμα αγαθών, υπηρεσιών, αλλά και φυσικών στοιχείων.





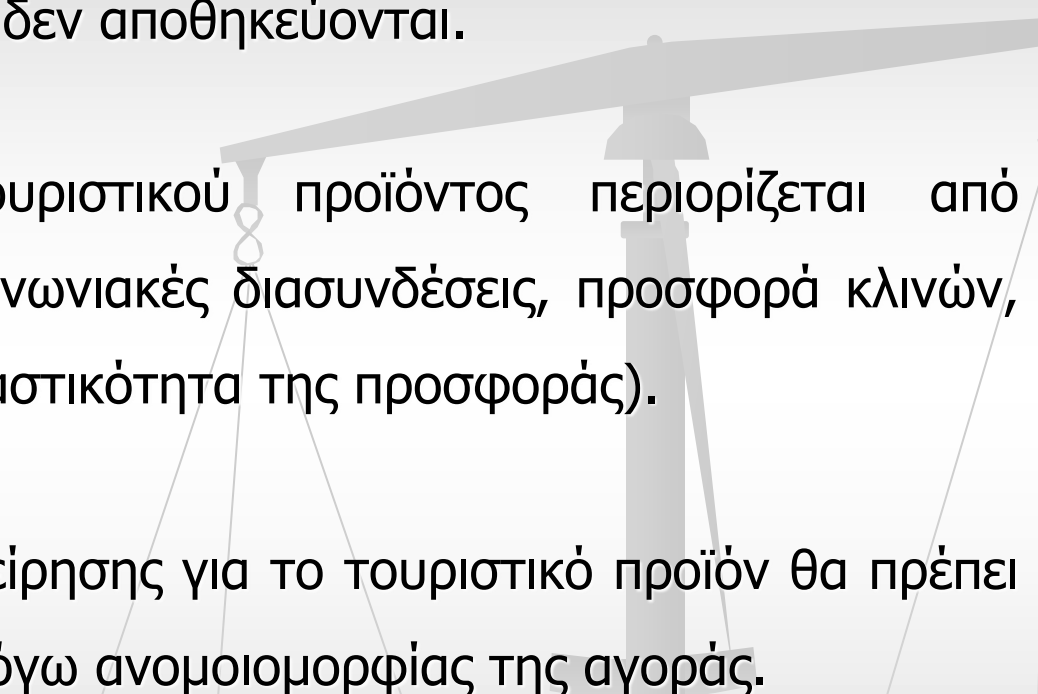
# Ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Προϊόντος

- Το τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα συνδυασμό από επιμέρους υπηρεσίες και αγαθά, που προσφέρονται από διαφορετικές επιχειρήσεις.
- Το τουριστικό προϊόν αποτελείται κυρίως από άυλα στοιχεία, τα οποία ο τουρίστας δεν μπορεί να δει κατά την αγορά του.
- Η ικανοποίηση που αποκομίζει ο τουρίστας από τις τουριστικές υπηρεσίες εξαρτάται από τις προτιμήσεις του, την προσωπικότητά του, την εμπειρία του αλλά και τα βιώματα κατά τη διάρκεια των διακοπών.

# Ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Προϊόντος

- Το τουριστικό προϊόν δε μεταφέρεται και για την «κατανάλωσή» του απαιτείται η μετακίνηση του τουρίστα στον τόπο διακοπών.
- Η παραγωγή (παροχή) και η κατανάλωση (λήψη) των τουριστικών υπηρεσιών ταυτίζονται χρονικά και τοπικά.
- Το τουριστικό προϊόν εξαρτάται άμεσα από το χρόνο (εποχή) και τον τόπο των διακοπών.

# Ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Προϊόντος

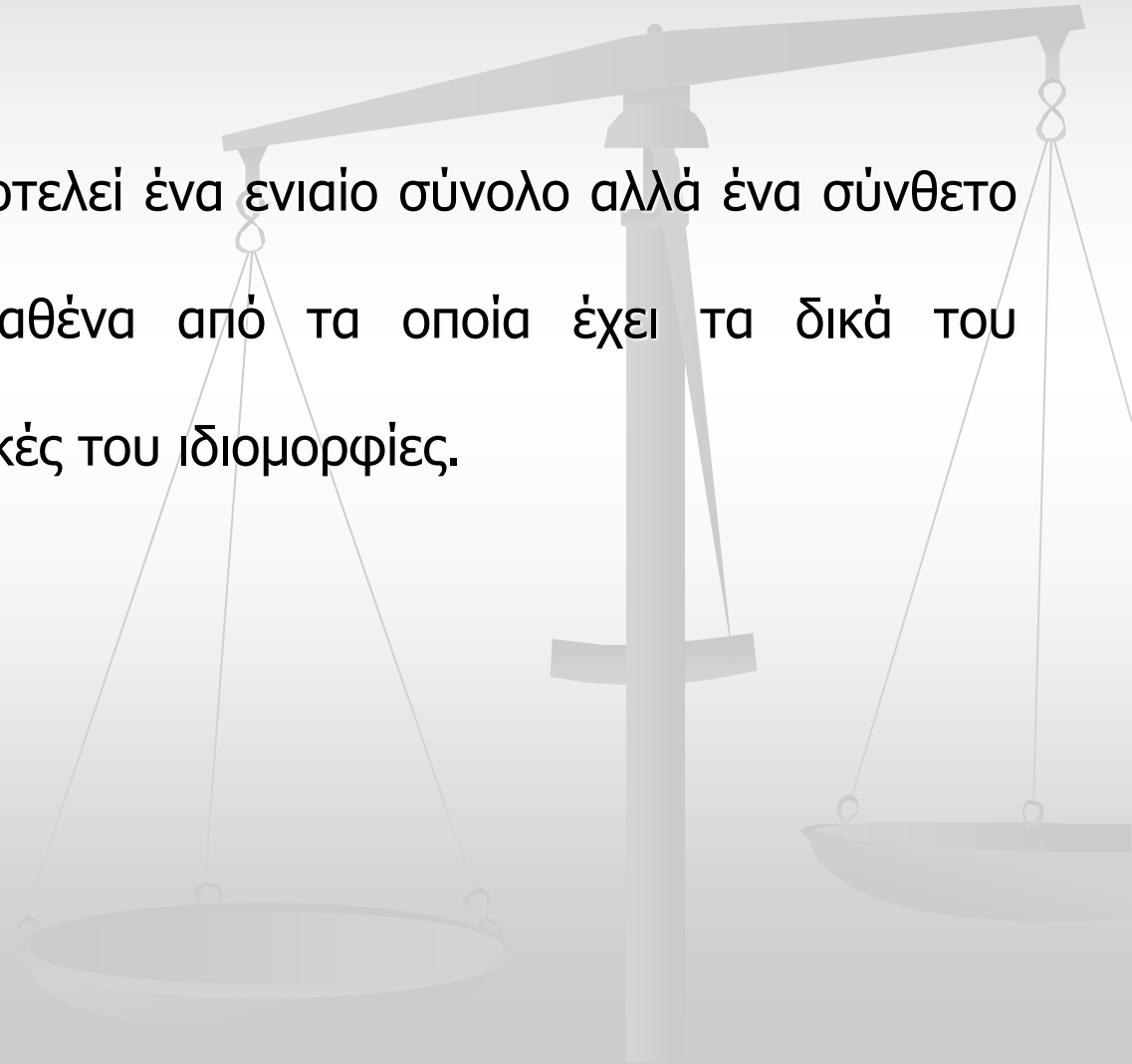
- Οι τουριστικές υπηρεσίες δεν αποθηκεύονται.
  - Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος περιορίζεται από παράγοντες όπως συγκοινωνιακές διασυνδέσεις, προσφορά κλινών, μήκος ακτών κ.λπ. (ανελαστικότητα της προσφοράς).
  - Οι πληροφορίες της επιχείρησης για το τουριστικό προϊόν θα πρέπει να εντοπιστούν άμεσα, λόγω ανομοιομορφίας της αγοράς.
- 

# Ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Προϊόντος

- Η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών επηρεάζεται από μεταβλητές όπως εισόδημα, τιμές, πολιτική συγκυρία, τρομοκρατικές ενέργειες κ.λπ. (ελαστικότητα της ζήτησης).
- Η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών διαφέρει ανάλογα με τον υπάλληλο αλλά και ανάλογα με την ψυχολογική ή σωματική κατάστασή του τη δεδομένη στιγμή.
- Ο κλάδος του τουρισμού είναι **ανθρωποκεντρικός κλάδος**. Το ανθρώπινο δυναμικό διαδραματίζει προεξάρχοντα ρόλο στην παραγωγή και «παράδοση» του τουριστικού προϊόντος.

# Η Τουριστική Αγορά

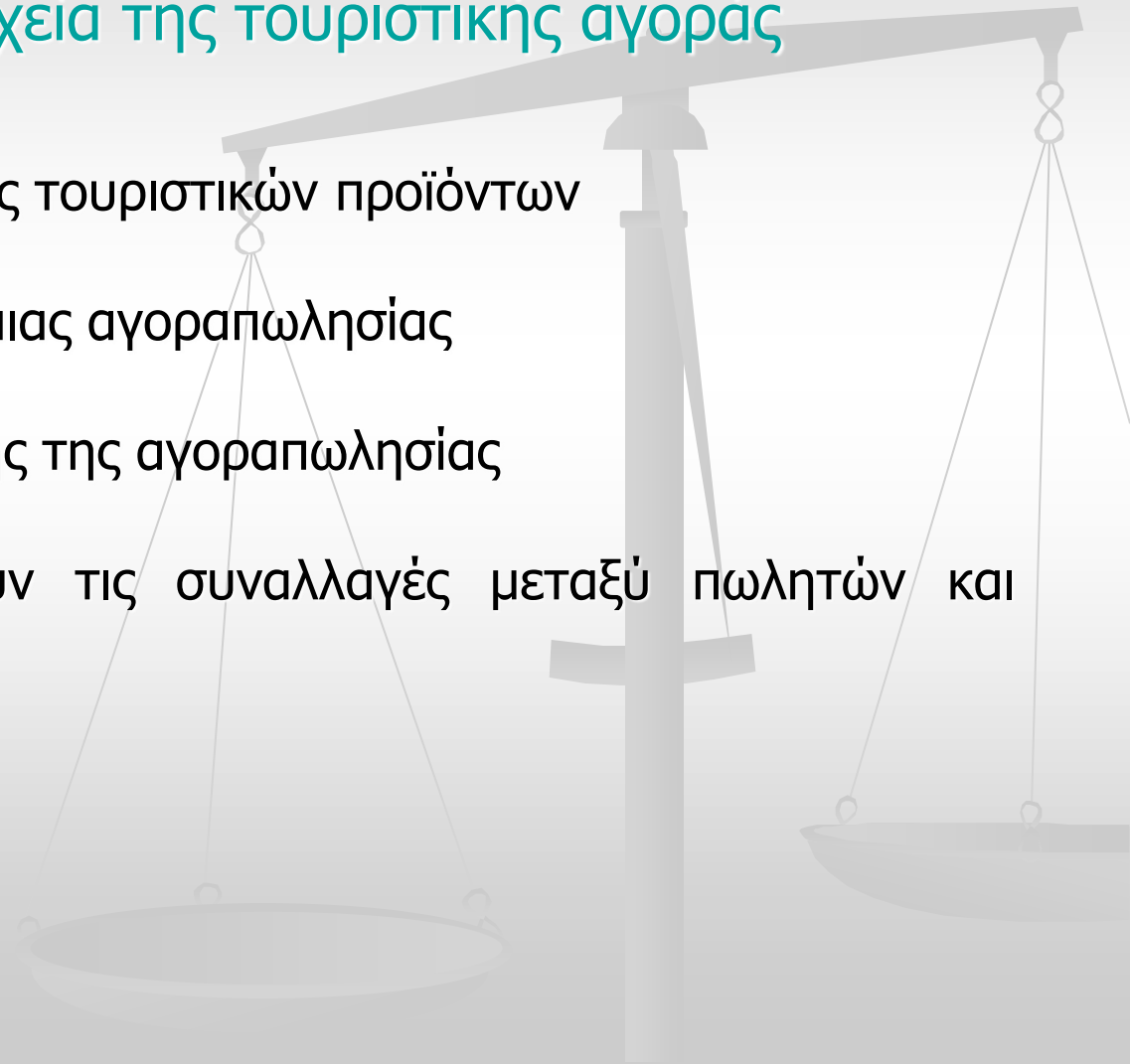
Η τουριστική αγορά δεν αποτελεί ένα ενιαίο σύνολο αλλά ένα σύνθετο επιμέρους τμημάτων, καθένα από τα οποία έχει τα δικά του χαρακτηριστικά και τις δικές του ιδιομορφίες.



# Η Τουριστική Αγορά

## Συστατικά στοιχεία της τουριστικής αγοράς

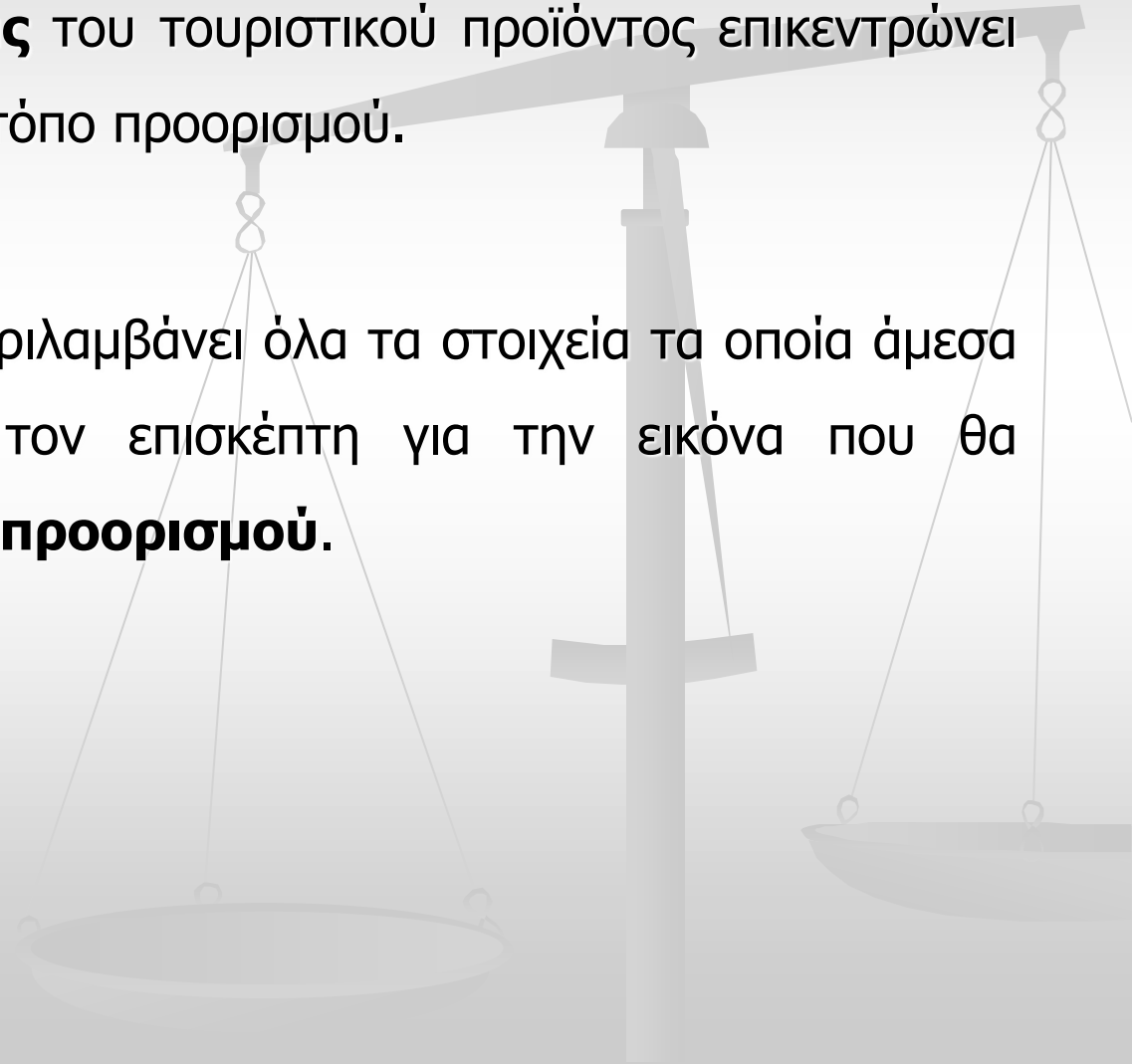
- Οι πωλητές και αγοραστές τουριστικών προϊόντων
- Τα τουριστικά προϊόντα μιας αγοραπωλησίας
- Ο τόπος πραγματοποίησης της αγοραπωλησίας
- Οι κανόνες που διέπουν τις συναλλαγές μεταξύ πωλητών και αγοραστών



# Η Τουριστική Προσφορά

Η ανάλυση της **προσφοράς** του τουριστικού προϊόντος επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού.

Η έννοια της προσφοράς περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία τα οποία άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν τον επισκέπτη για την εικόνα που θα σχηματίσει για τον **τόπο προορισμού**.



# Η Τουριστική Προσφορά

Με τον όρο **τουριστική προσφορά** εννοούμε:

*την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων (αγαθών και υπηρεσιών) που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πωλήσουν στην τουριστική αγορά σε συγκεκριμένη τιμή, στη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου.*

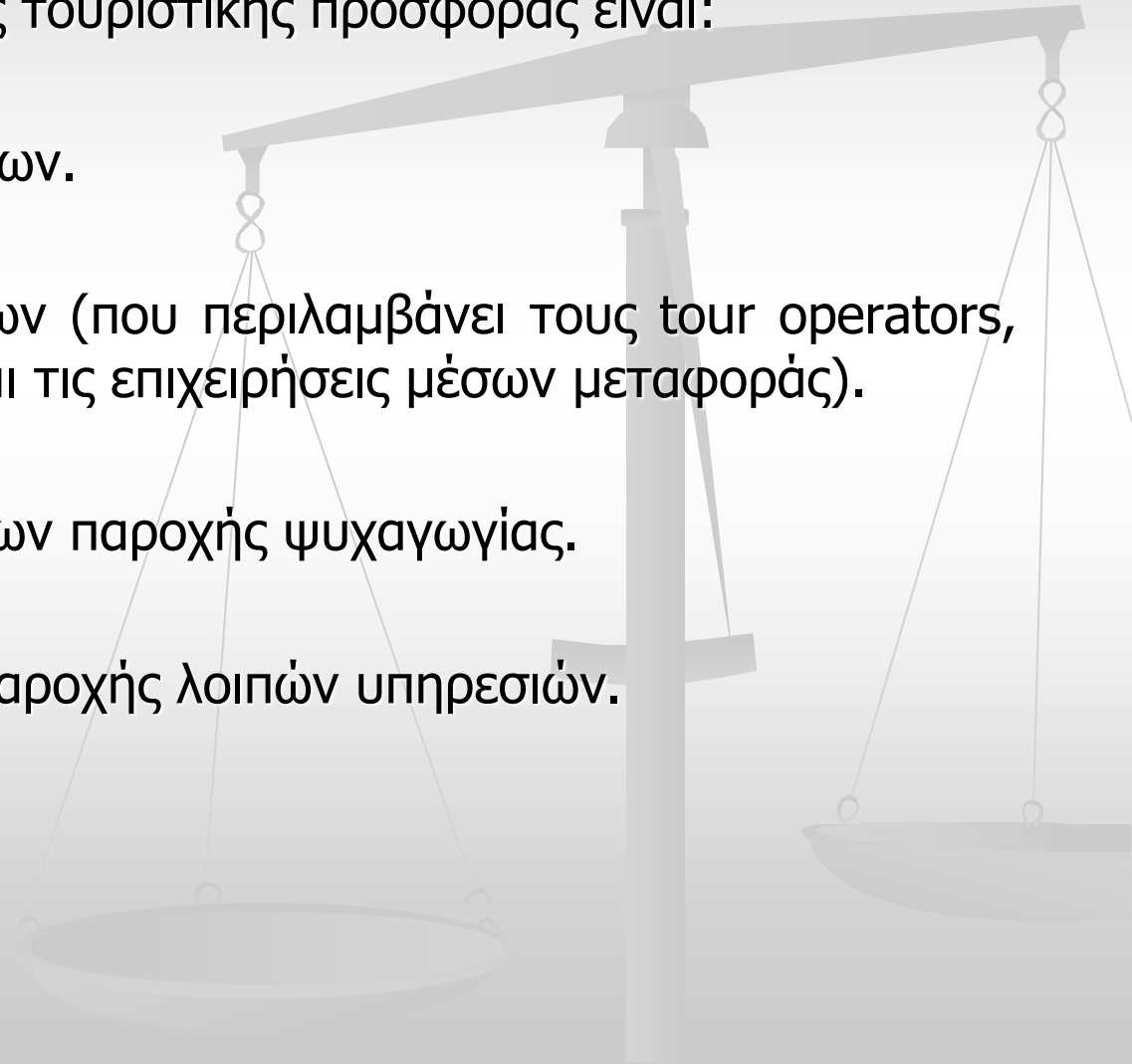
Η τουριστική «βιομηχανία» προσφέρει μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών που προέρχονται από επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν σε πολλούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας.



# Η Τουριστική Προσφορά

Διεθνώς, οι κύριοι τομείς της τουριστικής προσφοράς είναι:

- Ο τομέας των καταλυμάτων.
- Ο τομέας των μεσαζόντων (που περιλαμβάνει τους tour operators, τα τουριστικά γραφεία και τις επιχειρήσεις μέσων μεταφοράς).
- Ο τομέας των επιχειρήσεων παροχής ψυχαγωγίας.
- Ο τομέας επιχειρήσεων παροχής λοιπών υπηρεσιών.



# Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς

- Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της περιοχής
- Ανθρωπογενείς πόροι
- Υποδομές και υπηρεσίες

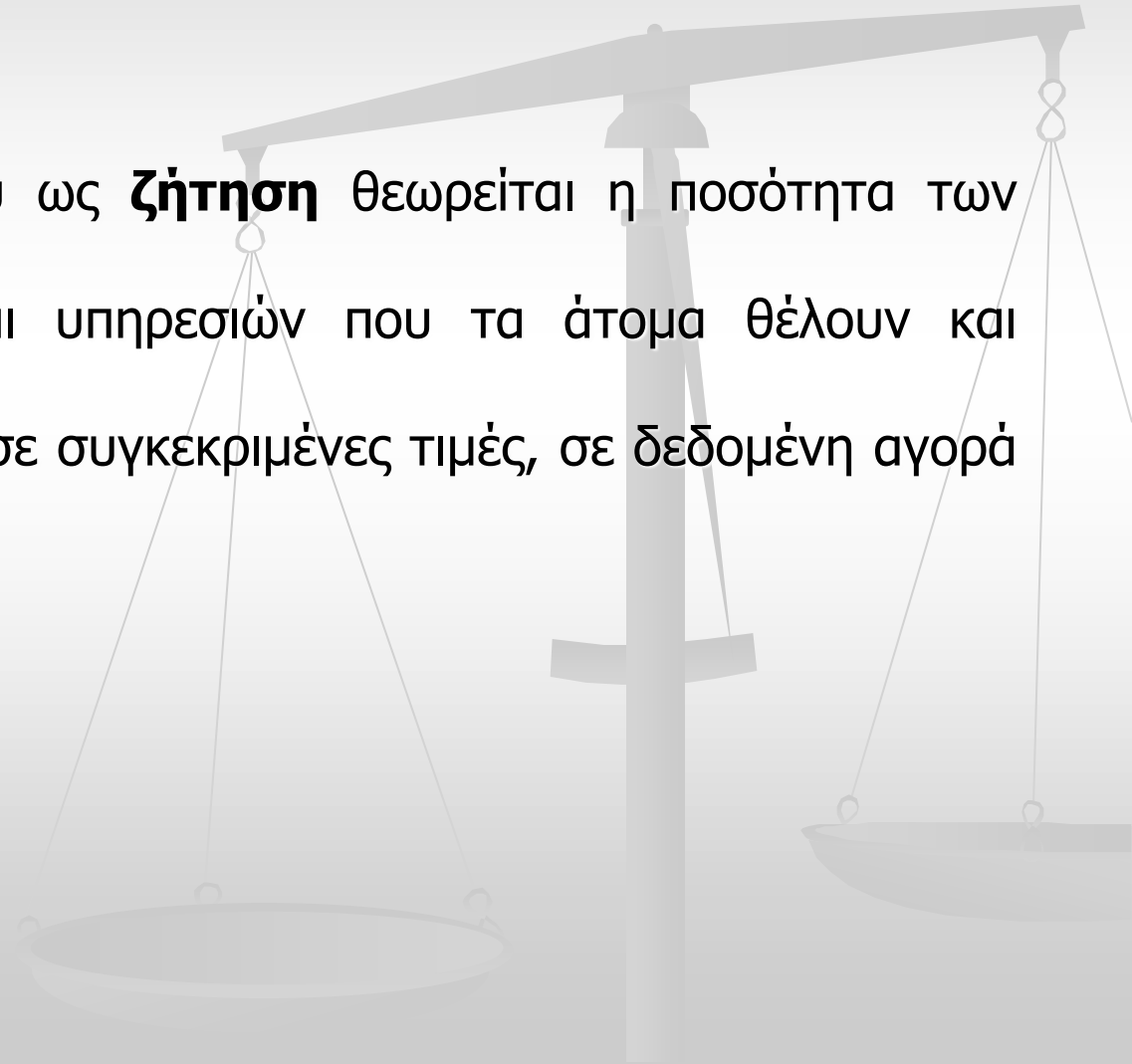


## Πόροι, υποδομές και υπηρεσίες της προσφοράς

Φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι	Πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι	Ανθρωπογενείς πόροι	Υποδομές και υπηρεσίες
Φυσικό περιβάλλον	Μνημεία	Παραδοσιακοί οικισμοί	Ξενοδοχεία
Κλίμα	Ιστορία περιοχής	Κτίρια	Πρακτορεία
Ακτές	Παράδοση περιοχής	Παραδοσιακή αρχιτεκτονική	Εταιρείες μεταφορών
Ορεινοί όγκοι	Ήθη και έθιμα	Μουσεία	(αεροπορικές, θαλάσσιες, οδικές κ.λπ.)
Τοπία	Τοπία	Ιστορικά κέντρα πόλεων	Λιμάνια
Λίμνες	Θρησκεία	Θεματικά πάρκα	Αεροδρόμιο
Φαράγγια	Πολιτιστικές δραστηριότητες και εκδηλώσεις	Περιβαλλοντικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές	Οδικό δίκτυο
Σπηλιές	Γλώσσα	Τοπία	Υποδομές αθλητισμού
Θάλασσα	Μορφές τέχνης		Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής
Άγρια φύση	Παραδοσιακά παραγόμενα προϊόντα κ.ά.		Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις και δραστηριότητες (αθλητισμός, animation, ξεναγήσεις, συνέδρια κ.λπ.)
Εθνικοί δρυμοί			
Περιβαλλοντικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές κ.ά.			

# Η Τουριστική Ζήτηση

Στον τομέα του τουρισμού ως **ζήτηση** θεωρείται η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και δεδομένο χρόνο.



# Η Τουριστική Ζήτηση

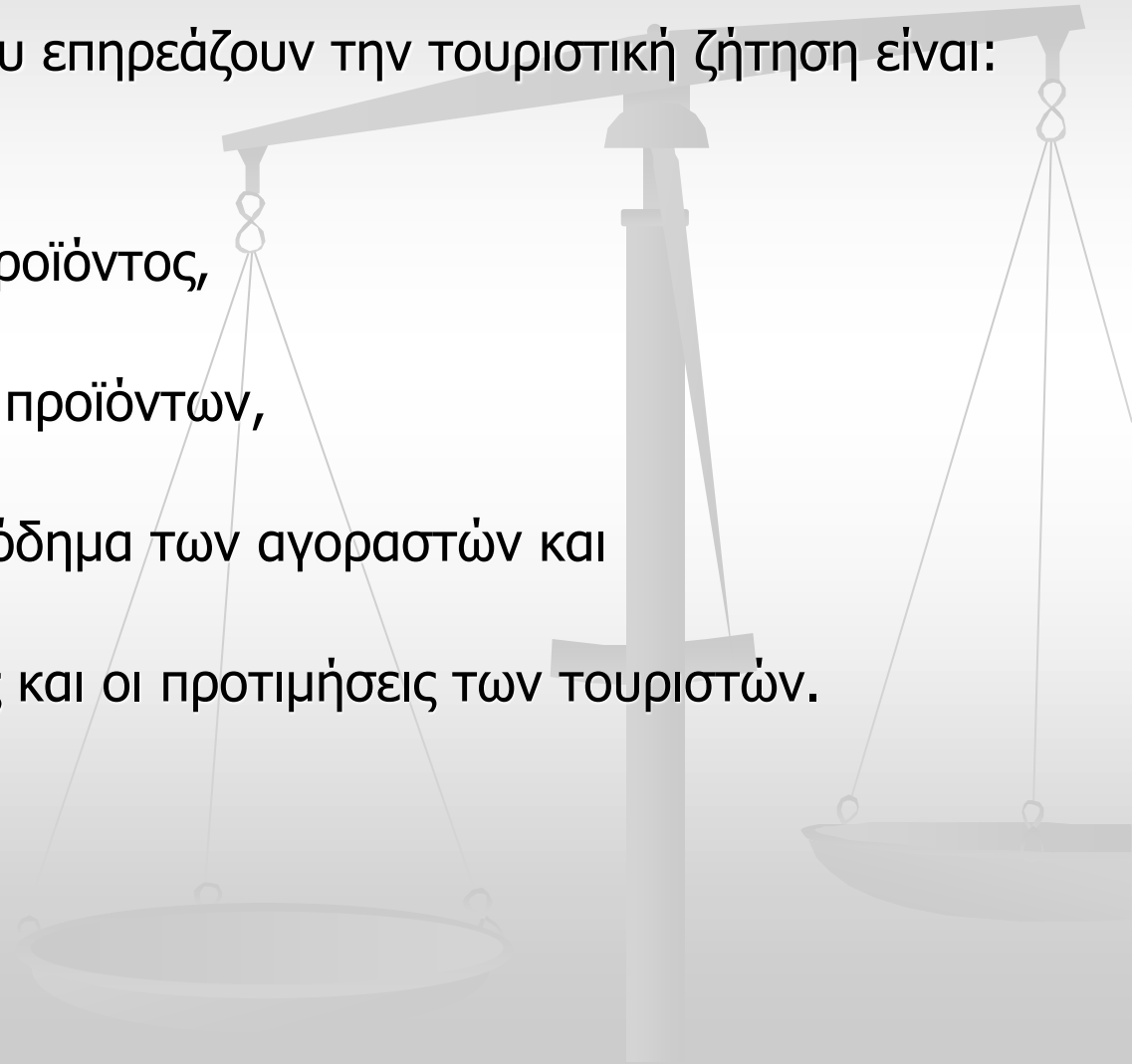
Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από 3 συνιστώσες:

- την πραγματική ή αποτελεσματική ζήτηση  
(αναφέρεται στα άτομα που επιθυμούν και μπορούν να ταξιδέψουν σε διάφορους προορισμούς)
- τη δυνατή ή προσδοκώμενη ζήτηση  
(περιλαμβάνει τα άτομα που επιθυμούν, αλλά δεν μπορούν να ταξιδέψουν λόγω χρονικών ή χρηματικών περιορισμών)
- την αναβληθείσα τουριστική ζήτηση  
(περιλαμβάνει τα άτομα που μπορούν, αλλά δεν ταξιδεύουν, είτε λόγω άγνοιας των ευκαιριών, είτε λόγω έλλειψης διευκολύνσεων)

# Η Τουριστική Ζήτηση

Καθοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση είναι:

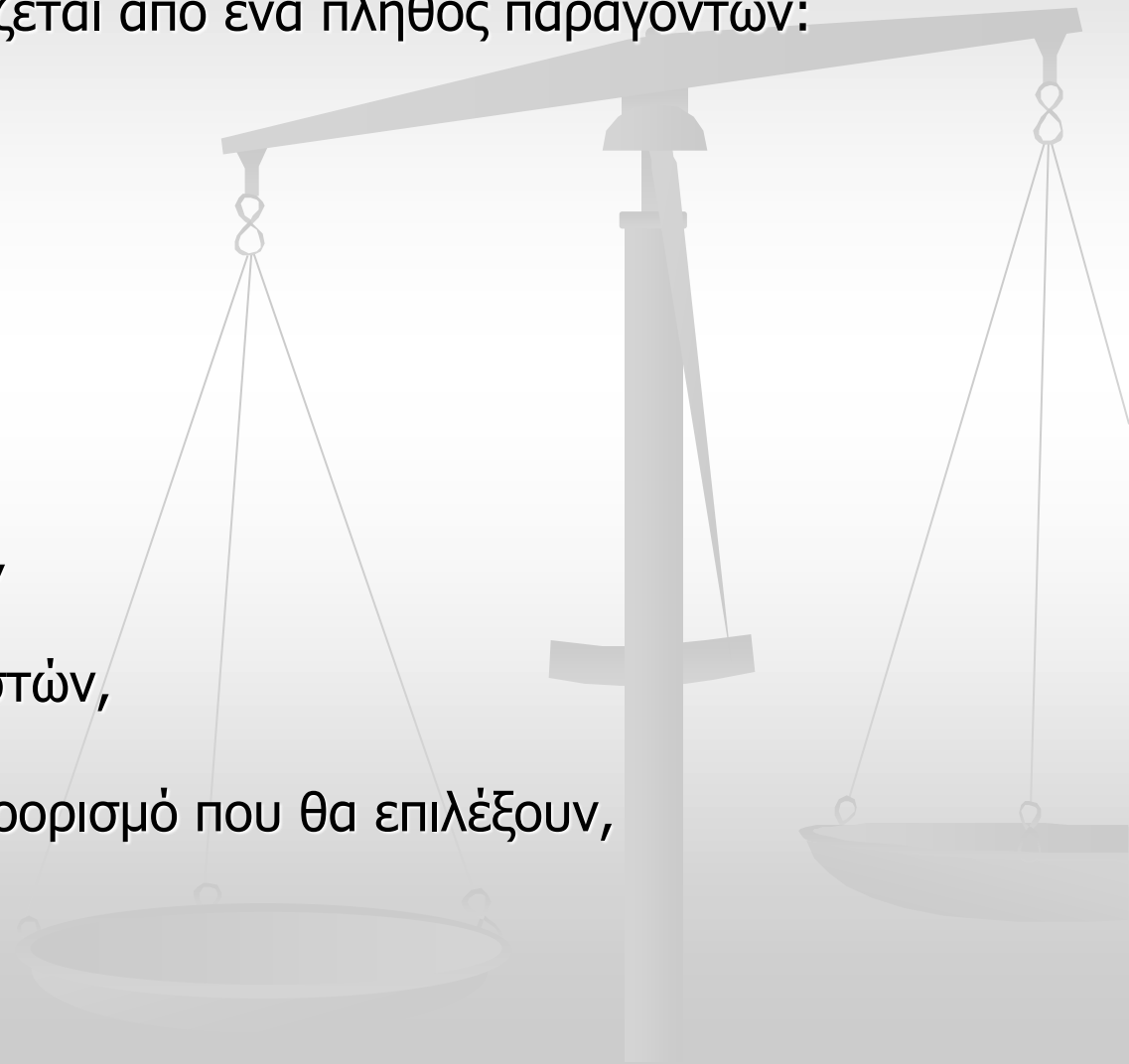
- η τιμή του τουριστικού προϊόντος,
- οι τιμές όλων των άλλων προϊόντων,
- το ατομικό διαθέσιμο εισόδημα των αγοραστών και
- οι επιθυμίες, οι συνήθειες και οι προτιμήσεις των τουριστών.



# Η Τουριστική Ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση καθορίζεται από ένα πλήθος παραγόντων:

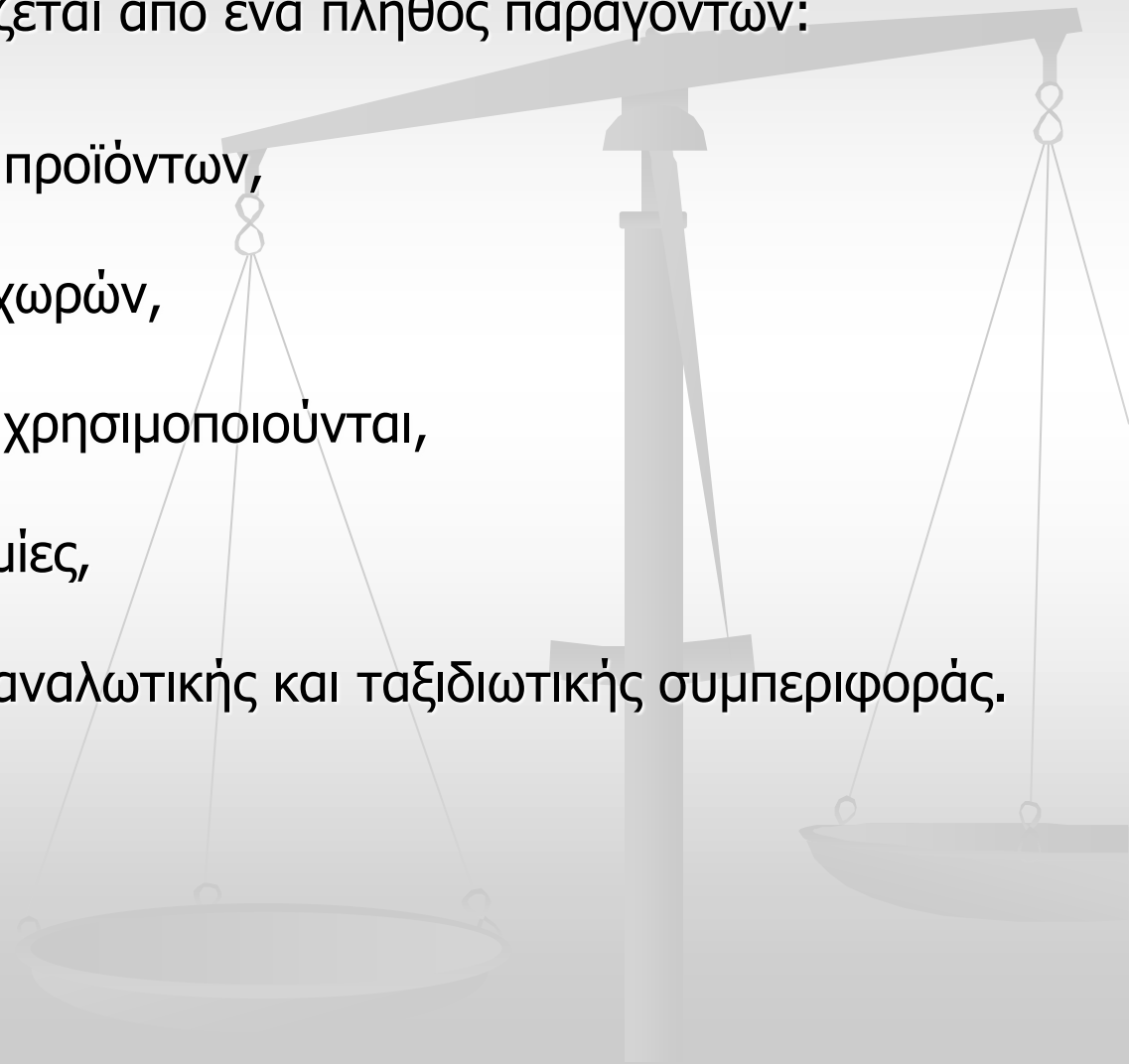
- τα κίνητρά τους,
- το διαθέσιμο εισόδημα,
- ο διαθέσιμος χρόνος,
- η χώρα προέλευσης τους,
- οι προσδοκίες των τουριστών,
- η άποψή τους για τον προορισμό που θα επιλέξουν,



# Η Τουριστική Ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση καθορίζεται από ένα πλήθος παραγόντων:

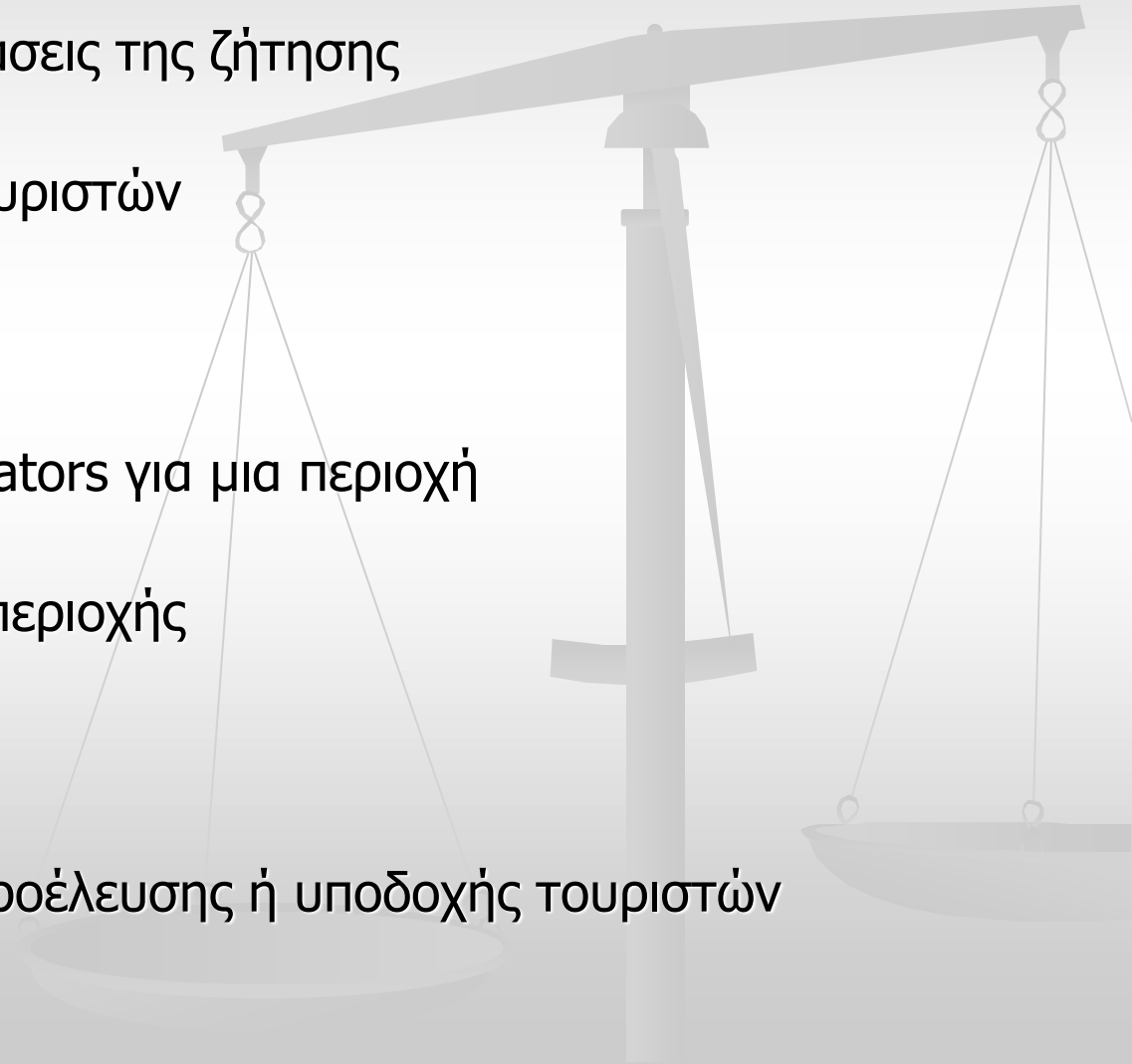
- οι τιμές των τουριστικών προϊόντων,
- η απόσταση μεταξύ των χωρών,
- τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται,
- οι συναλλαγματικές ισοτιμίες,
- τα διάφορα πρότυπα καταναλωτικής και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς.





# Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

- Οι διεθνώς παγιωμένες τάσεις της ζήτησης
- Τα ειδικά κίνητρα των τουριστών
- Η διαφήμιση
- Η πολιτική των tour operators για μια περιοχή
- Η γεωγραφική θέση της περιοχής
- Το μάρκετινγκ
- Η συγκυρία στις χώρες προέλευσης ή υποδοχής τουριστών

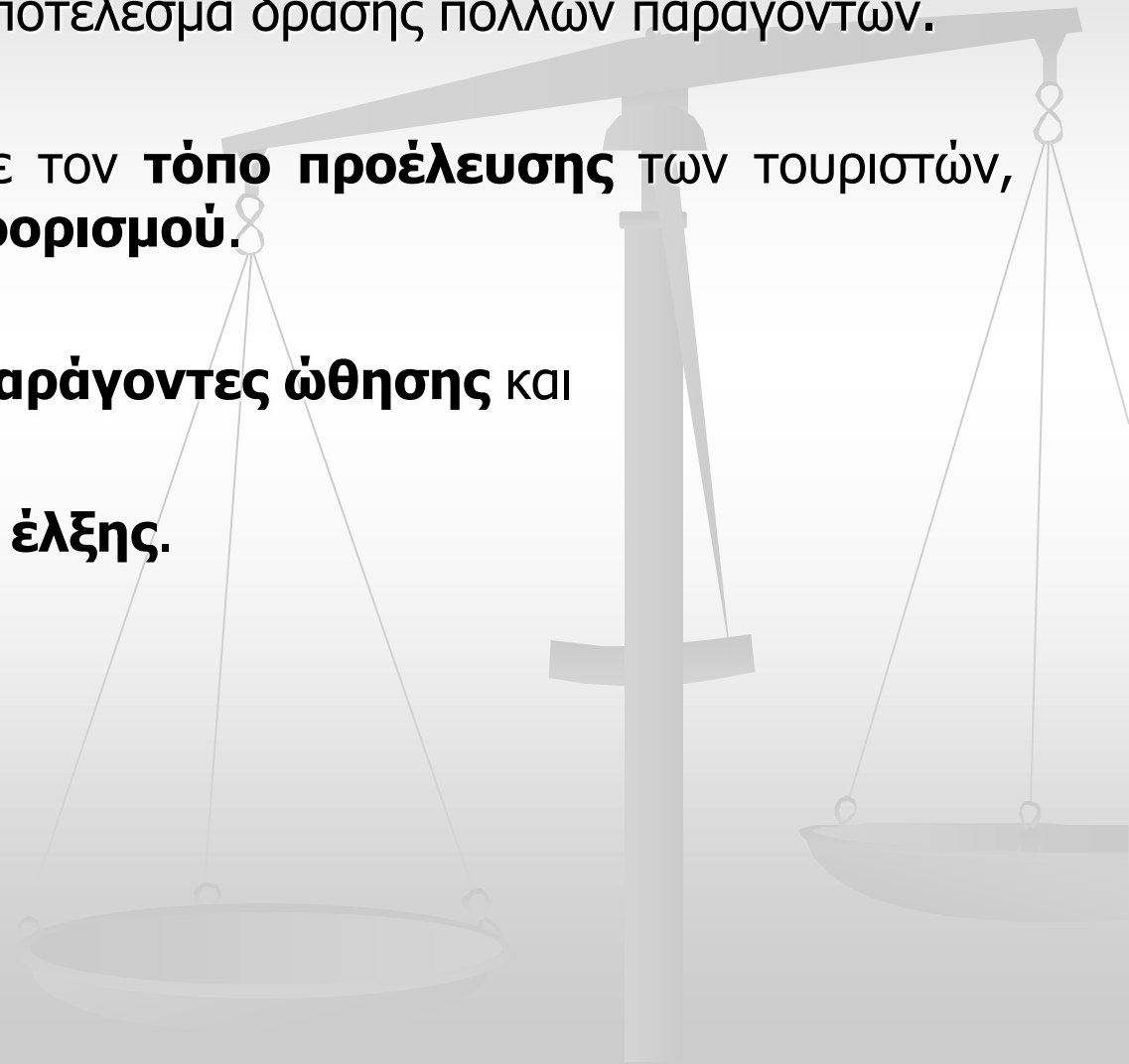


# Η Τουριστική Ζήτηση

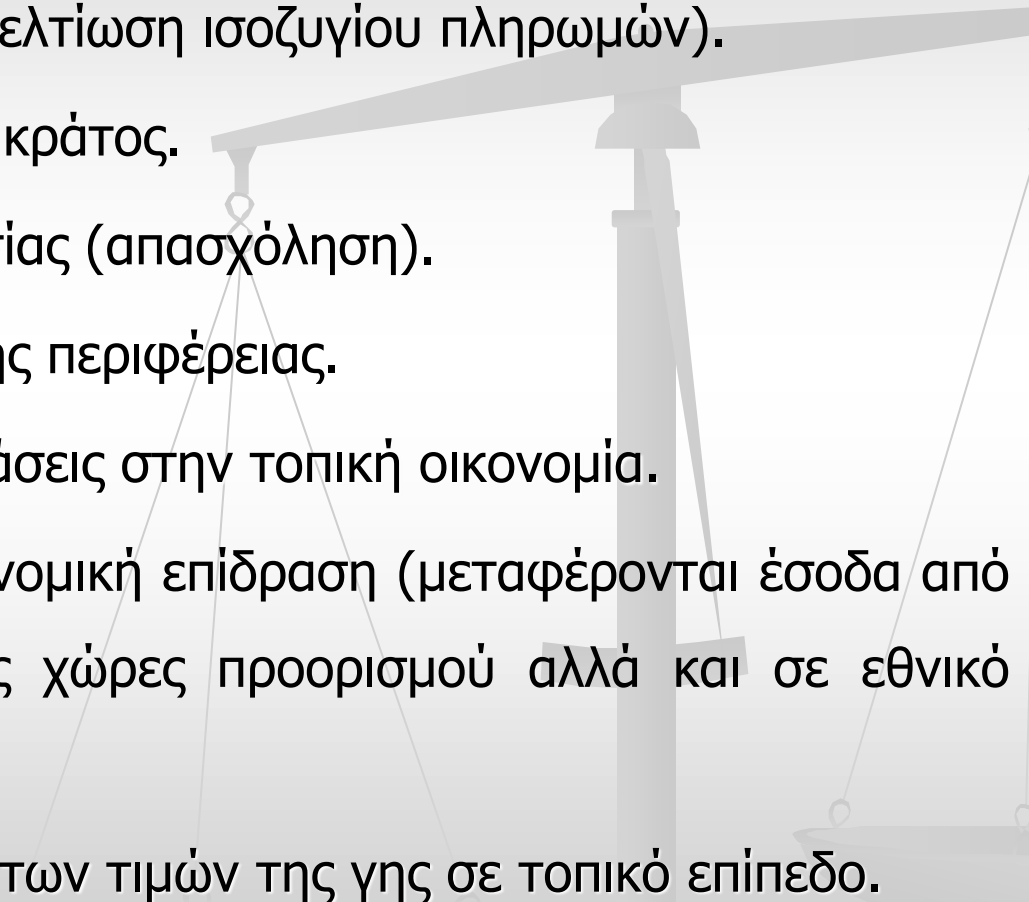
Η τουριστική ζήτηση είναι αποτέλεσμα δράσης πολλών παραγόντων.

Αυτοί έχουν σχέση τόσο με τον **τόπο προέλευσης** των τουριστών, όσο και με τον **τόπο προορισμού**.

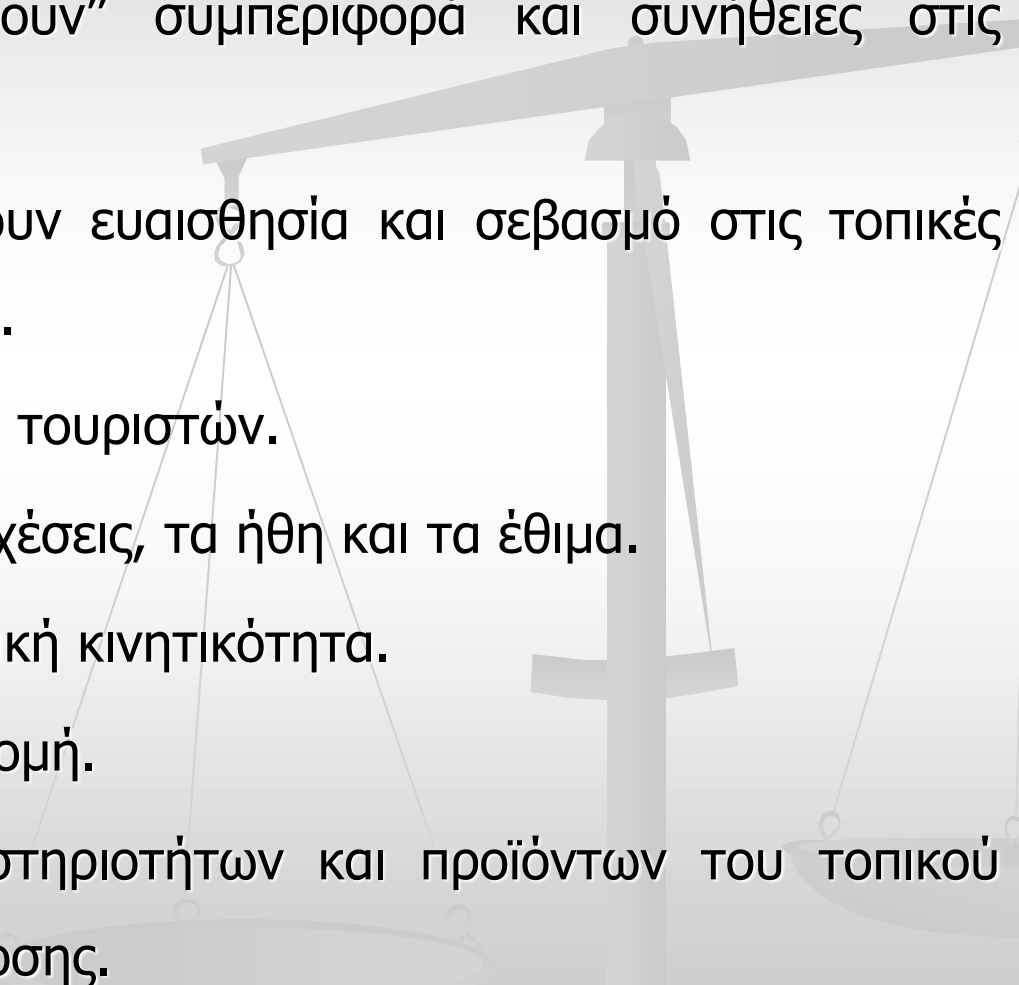
- Οι πρώτοι ονομάζονται **παράγοντες ώθησης** και
- οι δεύτεροι **παράγοντες έλξης**.



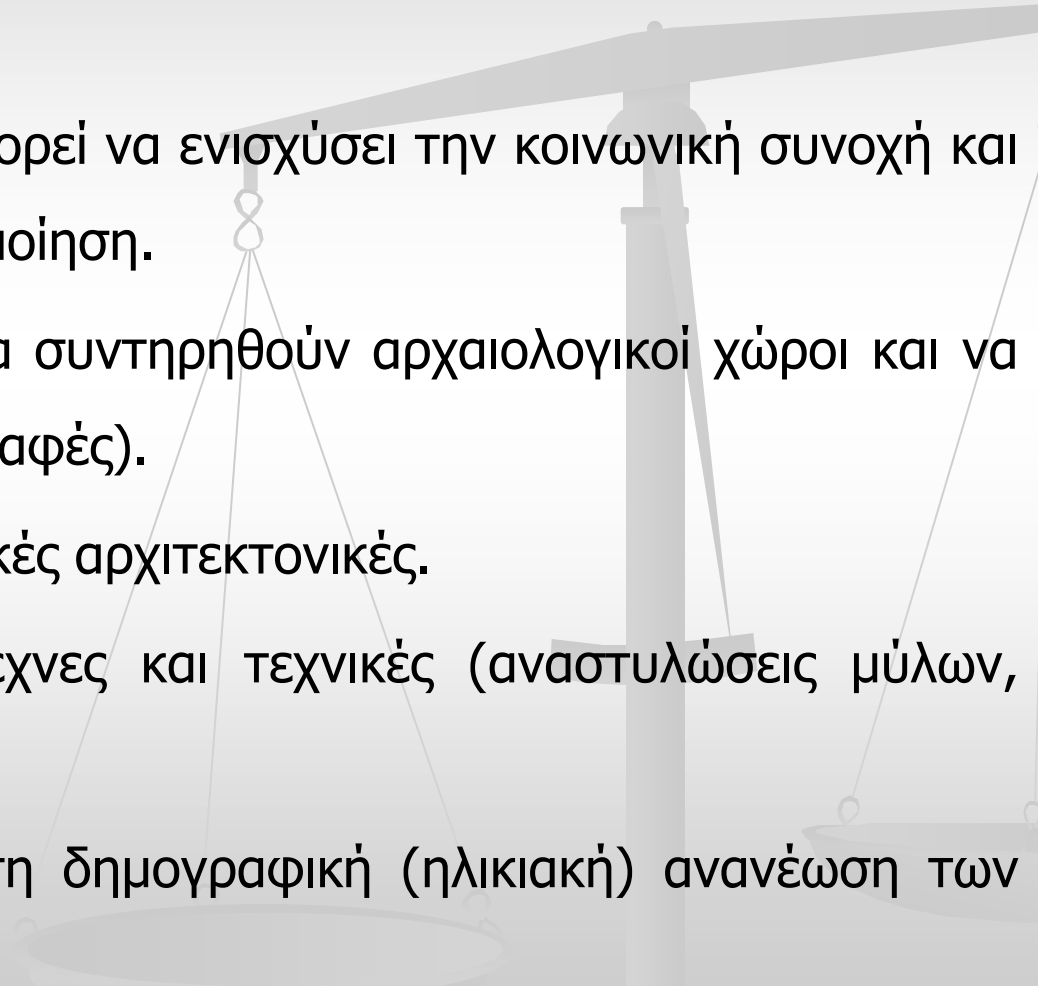
# Οι Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού

- Συναλλαγματικά έσοδα (βελτίωση ισοζυγίου πληρωμών).
  - Φορολογικά έσοδα για το κράτος.
  - Δημιουργία θέσεων εργασίας (απασχόληση).
  - Τόνωση της ανάπτυξης της περιφέρειας.
  - Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία.
  - Έχει αναδιανεμητική οικονομική επίδραση (μεταφέρονται έσοδα από ανεπτυγμένες χώρες στις χώρες προορισμού αλλά και σε εθνικό επίπεδο).
  - Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης σε τοπικό επίπεδο.
- 

# Οι Κοινωνικές και Πολιτιστικές Επιπτώσεις του Τουρισμού

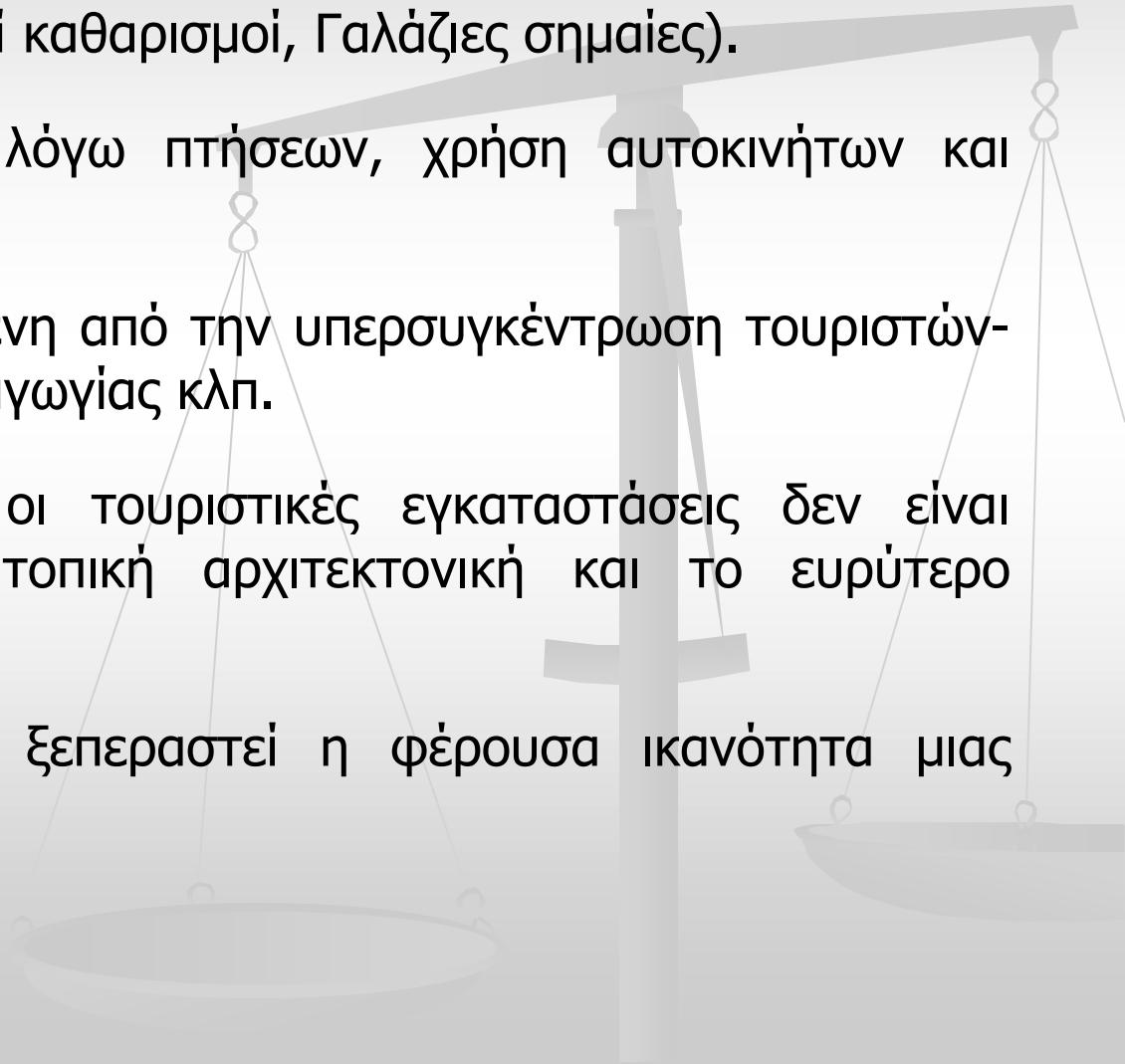
- Οι επισκέπτες “μεταφέρουν” συμπεριφορά και συνήθειες στις κοινωνίες υποδοχής.
  - Πολλές φορές δεν δείχνουν ευαισθησία και σεβασμό στις τοπικές παραδόσεις, ήθη και έθιμα.
  - Τριβές μεταξύ ντόπιων και τουριστών.
  - Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.
  - Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα.
  - Αλλαγές στην κοινωνική δομή.
  - Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.
- 

# Οι Κοινωνικές και Πολιτιστικές Επιπτώσεις του Τουρισμού

- Κίνδυνος εξαφάνισης παραδοσιακών εθίμων σε ορισμένες χώρες ή σε περιοχές τους.
  - Σε αγροτικές περιοχές μπορεί να ενισχύσει την κοινωνική συνοχή και να περιορίσει την αστικοποίηση.
  - Με τα έσοδα μπορούν να συντηρηθούν αρχαιολογικοί χώροι και να αναζητηθούν νέοι (ανασκαφές).
  - Να αναβιώσει παραδοσιακές αρχιτεκτονικές.
  - Να αναστήσει παλιές τέχνες και τεχνικές (αναστυλώσεις μύλων, ελαιοτριβείων).
  - Μπορεί να συμβάλει στη δημογραφική (ηλικιακή) ανανέωση των τοπικών κοινωνιών.
- 

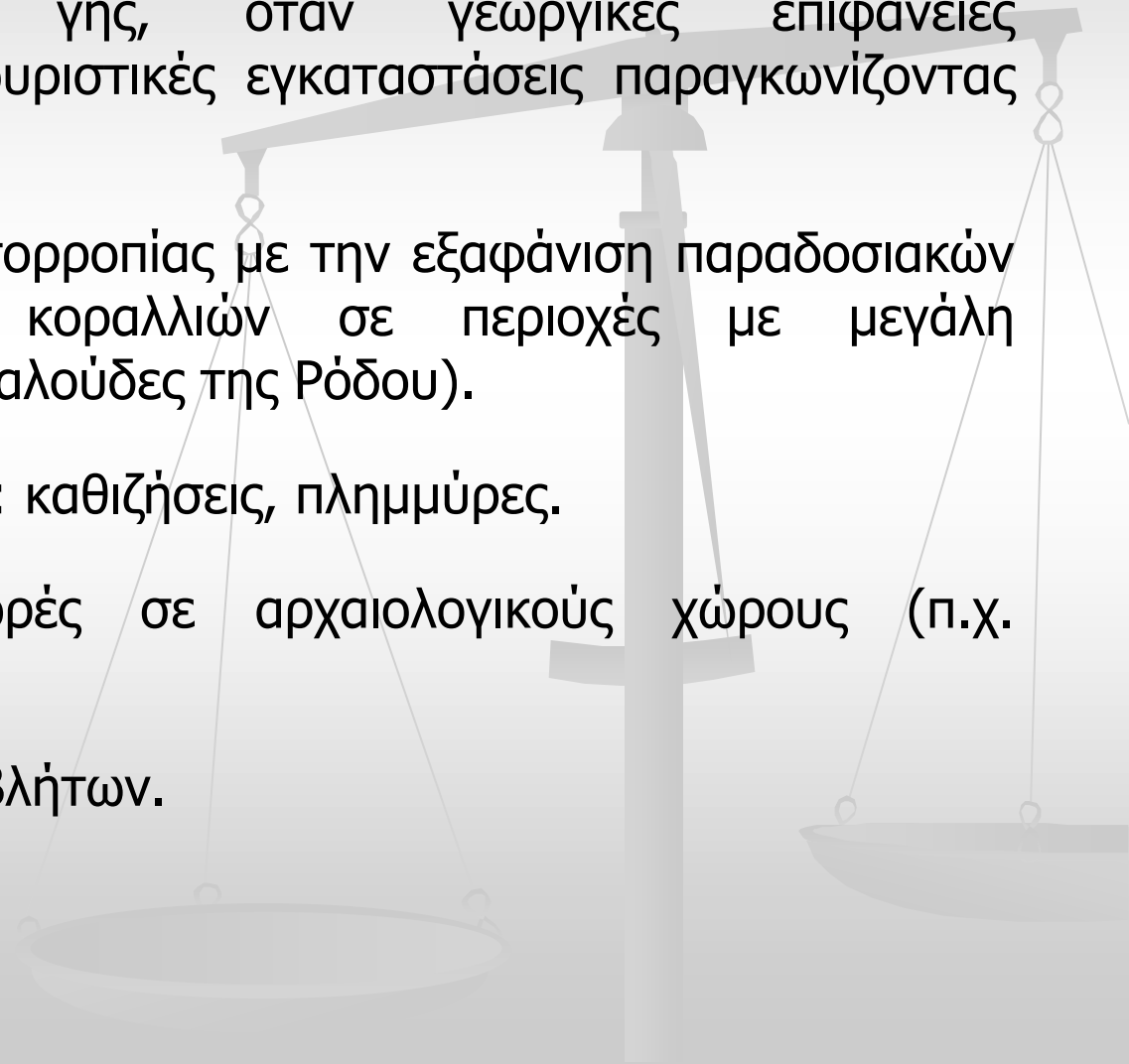
# Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Περιβάλλον

- Μόλυνση υδάτων εφ' όσον δεν υπάρχουν οι κατάλληλες εγκαταστάσεις (βιολογικοί καθαρισμοί, Γαλάζιες σημαίες).
- Ατμοσφαιρική ρύπανση λόγω πτήσεων, χρήση αυτοκινήτων και δικύκλων κτλ.
- Ηχορύπανση προκαλούμενη από την υπερσυγκέντρωση τουριστών-οχημάτων, κέντρων ψυχαγωγίας κλπ.
- Οπτική ρύπανση όταν οι τουριστικές εγκαταστάσεις δεν είναι προσαρμοσμένες στην τοπική αρχιτεκτονική και το ευρύτερο περιβάλλον.
- Συνωστισμός όταν έχει ξεπεραστεί η φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής.



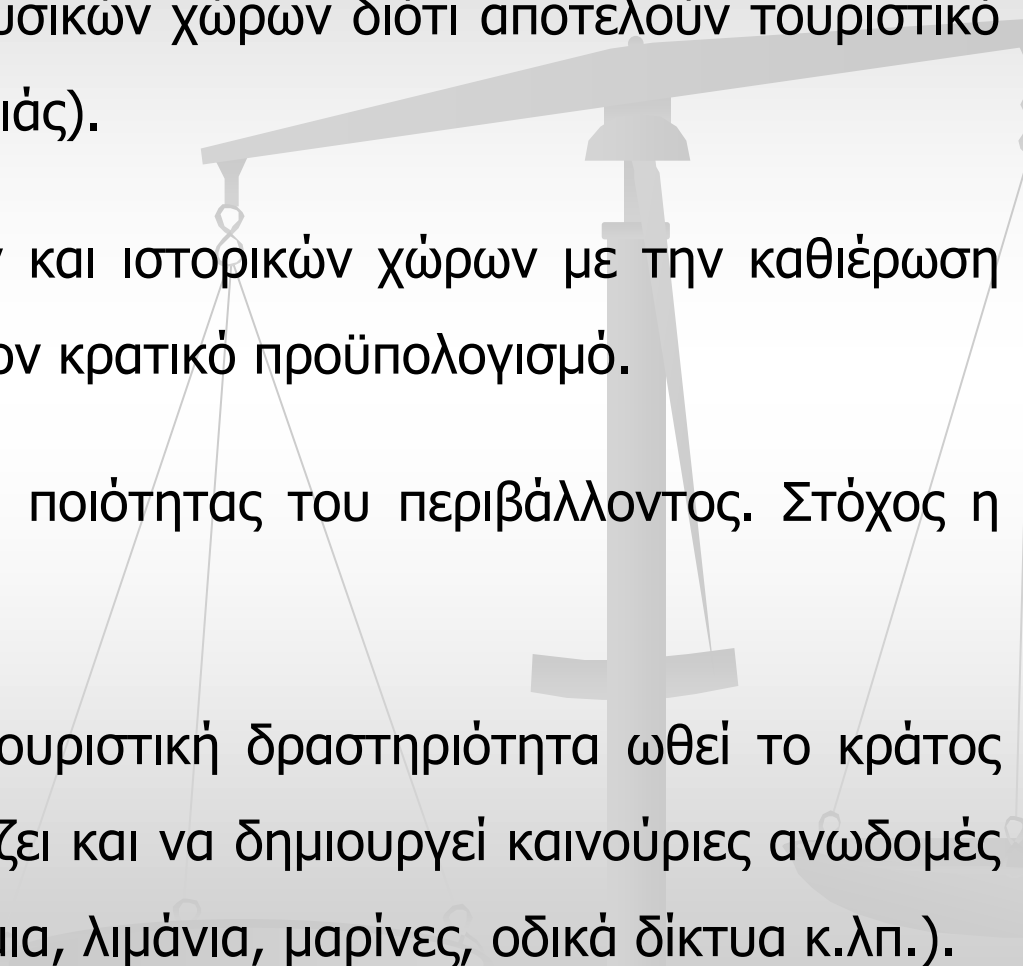
# Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Περιβάλλον

- Προβλήματα χρήσης γης, όταν γεωργικές επιφάνειες χρησιμοποιούνται για τουριστικές εγκαταστάσεις παραγκωνίζοντας καλλιέργειες.
- Διατάραξη οικολογικής ισορροπίας με την εξαφάνιση παραδοσιακών φυτών και ανθέων, κοραλλιών σε περιοχές με μεγάλη επισκεψιμότητα (π.χ. πεταλούδες της Ρόδου).
- Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι: καθιζήσεις, πλημμύρες.
- Καταστροφές και φθορές σε αρχαιολογικούς χώρους (π.χ. Ακρόπολη).
- Πρόβλημα διάθεσης αποβλήτων.



# Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Περιβάλλον

## - Θετικές Επιπτώσεις

- Διατήρηση σημαντικών φυσικών χώρων διότι αποτελούν τουριστικό πόρο (π.χ. φαράγγι Σαμαριάς).
  - Προστασία αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων με την καθιέρωση εισιτηρίων αλλά και από τον κρατικό προϋπολογισμό.
  - Βελτίωση και αναβάθμιση ποιότητας του περιβάλλοντος. Στόχος η προσέλκυση επισκεπτών.
  - Βελτίωση υποδομών: η τουριστική δραστηριότητα ωθεί το κράτος να συντηρεί, να αναβαθμίζει και να δημιουργεί καινούριες ανωδομές στην χώρα (π.χ. αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες, οδικά δίκτυα κ.λπ.).
- 



# Διεθνείς Τουριστικοί Οργανισμοί

**Δ.Ε.Ε.Τ.Ο.** (Διεθνής Ένωση Επίσημων Τουριστικών Οργανισμών)  
**I.U.O.T.O.** (International Union of Official Travel Organizations)

**Π.Τ.Ο.** (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)  
**W.T.O.** (World Tourism Organization)

**Ε.Ο.Τ.** (Εθνικοί Οργανισμοί Τουρισμού)  
**N.T.O.** (National Tourism Offices)

**Δ.Ο.Π.Α.** (Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας)  
**I.C.A.O.** (International Civil Aviation Organization)

**Δ.Ε.Α.** (Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών)  
**I.A.T.A.** (International Air Transport Association)

**Π.Σ.Τ.Τ.** (Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών)  
**W.T.T.C.** (World Travel & Tourism Council)

# Φορείς του Ελληνικού Τουρισμού

## ■ Φορείς Δημόσιου Τομέα

- Υπουργείο Τουρισμού
- Ε.Ο.Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού)
- Ξ.Ε.Ε. (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

## ■ Φορείς Ιδιωτικού Τομέα

- ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)
- ΙΝΣΕΤΕ (Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)
- Marketing Greece

