

# ΣΥΝΟΠΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

## ΚΕΦΑΛΑΙΑ

---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:	<b>Η σύγχρονη τουριστική επιχείρηση.....</b>	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:	<b>Εταιρική κοινωνική ευθύνη στις τουριστικές επιχειρήσεις ...</b>	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:	<b>Το μάνατζμεντ ως μέσο για την ενεργοποίηση επιχειρήσεων και οργανισμών .....</b>	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:	<b>Η έννοια και η φύση του προγραμματισμού στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	125
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:	<b>Η λήψη των αποφάσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	155
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:	<b>Θεμελιώδεις αρχές οργάνωσης για τις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	181
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7:	<b>Ανάθεση δραστηριοτήτων και αρμοδιοτήτων στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	213
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8:	<b>Η στελέχωση τουριστικών επιχειρήσεων.....</b>	227
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9:	<b>Παρακίνηση εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	281
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10:	<b>Ηγεσία .....</b>	319
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11:	<b>Αποτελεσματική επικοινωνία στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	339
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12:	<b>Έλεγχος τουριστικών επιχειρήσεων .....</b>	355
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13:	<b>Μάνατζμεντ πληροφοριών και γνώσης στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	387
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14:	<b>Μάνατζμεντ ολικής ποιότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις .....</b>	439
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15:	<b>Χρηματοοικονομικά Τουριστικών Επιχειρήσεων .....</b>	457

# ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	15
---------------	----

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Η σύγχρονη τουριστική επιχείρηση

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ .....	21
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ .....	21
ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	23
ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	24
Παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης .....	25
Το εξωτερικό περιβάλλον της τουριστικής επιχείρησης .....	27
Το εσωτερικό περιβάλλον της τουριστικής επιχείρησης .....	41
ΔΟΜΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ – ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	59
Διάκριση ανάλογα με το αντικείμενο απασχόλησης .....	59
Διάκριση ανάλογα με τον φορέα και τη νομική τους μορφή .....	60
Οι συνασπισμοί επιχειρήσεων .....	66
Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις .....	68
Ο θεσμός της δικαιόχρησης (franchising) .....	69
Διάκριση των επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος .....	70
ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ .....	72
Η λειτουργία προμηθειών .....	72
Η λειτουργία παραγωγής .....	73
Η λειτουργία μάρκετινγκ .....	74
Η λειτουργία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών .....	75
Η λειτουργία ανθρώπινων πόρων .....	76

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις τουριστικές επιχειρήσεις

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ .....	83
--------------------------------	----

<b>Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b> .....	<b>83</b>
Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (CRI).....	88
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ</b>	
<b>Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ</b> .....	<b>90</b>
<b>ΗΘΙΚΗ</b> .....	<b>92</b>
<b>Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ (ΗΘΙΚΗ) ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b> .....	<b>95</b>
<b>Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑΣ</b> .....	<b>96</b>
<b>ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΣΜΟΣ</b> .....	<b>97</b>
<b>ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ</b>	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ (ΕΚΕ)</b> .....	<b>98</b>

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

#### Το μάνατζμεντ ως μέσο για την ενεργοποίηση επιχειρήσεων και οργανισμών

<b>Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b> <b>(ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ)</b> .....	<b>107</b>
<b>ΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ</b>	
<b>ΣΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b> .....	<b>108</b>
<b>ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ) ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b> .....	<b>109</b>
<b>Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕ-ΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ</b>	
<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ — ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b> .....	<b>112</b>
<b>Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b> .....	<b>113</b>
<b>ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b> .....	<b>115</b>
Οι κίνδυνοι και το Μάνατζμεντ Κινδύνου (Risk Management) .....	115
Το Ιαπωνικό Μάνατζμεντ.....	116
Το Κινεζικό Μάνατζμεντ.....	118
Επιχειρησιακός επανασχεδιασμός (Business re-engineering).....	120

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

#### Η έννοια και η φύση του προγραμματισμού στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>127</b>
<b>ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>129</b>
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>131</b>
<b>ΟΙ ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>131</b>
<b>Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ</b>	
<b>ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b> .....	<b>133</b>
<b>ΓΙΑΤΙ ΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΑΝΤΙΣΤΕΚΟΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ</b> ...	<b>136</b>
<b>ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b> .....	<b>136</b>

Ιδιότητες των στόχων .....	137
Πλεονεκτήματα των στόχων.....	138
Είδη στόχων.....	139
<b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ</b>	
<b>Η ΣΤΟΧΟΥΣ – MANAGEMENT BY OBJECTIVES (Μ.Β.Ο.).....</b>	<b>141</b>
Η διαδικασία της διοίκησης βάσει στόχων (Δ.Β.Σ.) .....	142
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της διοίκησης βάσει στόχων (Δ.Β.Σ.) .....	144
<b>ΤΥΠΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....</b>	<b>145</b>
Στρατηγικά και λειτουργικά προγράμματα .....	145
Μακροχρόνια και βραχυχρόνια προγράμματα .....	147
Αναπροσαρμοζόμενα (εύκαμπτα) και μη αναπροσαρμοζόμενα προγράμματα ..	147
<b>ΠΕΡΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>149</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Η λήψη των αποφάσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΠΩΣ ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>157</b>
<b>ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ .....</b>	<b>159</b>
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ .....</b>	<b>160</b>
<b>Η ΟΜΑΔΙΚΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ.....</b>	<b>161</b>
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.....	161
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ .....</b>	<b>162</b>
<b>ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ: ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΕΣ</b>	
<b>ΚΑΙ ΜΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ .....</b>	<b>164</b>
<b>ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ, ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ</b>	
<b>ΚΙΝΔΥΝΟΥ .....</b>	<b>165</b>
Ανάλυση του κινδύνου .....	166
<b>ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ .....</b>	<b>167</b>
<b>S.W.O.T. – ΜΙΑ ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ</b>	
<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....</b>	<b>172</b>
Ανάλυση S.W.O.T./Δ.Α.Ε.Α. της ανταγωνιστικής θέσης μιας οργανωτικής μονάδας της επιχείρησης ή ενός προϊόντος.....	172
S.W.O.T./Δ.Α.Ε.Α. για την αξιολόγηση της επιχείρησης.....	176

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### Θεμελιώδεις αρχές της οργάνωσης για τις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ .....</b>	<b>183</b>
<b>ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ....</b>	<b>185</b>
<b>ΤΥΠΙΚΗ ΚΑΙ ΑΤΥΠΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ .....</b>	<b>186</b>

Τυπική οργάνωση .....	186
Άτυπη οργάνωση .....	187
<b>ΕΠΙΠΕΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΙΕΡΑΡΧΙΑΣ ΚΑΙ Η ΕΚΤΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (SPAN OF MANAGEMENT) .....</b>	<b>188</b>
Επίπεδα διοικητικής ιεραρχίας .....	188
Έκταση της διοίκησης (span of management) .....	190
Παράγοντες που επηρεάζουν την έκταση της διοικητικής ευθύνης (span of management) .....	192
<b>ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....</b>	<b>193</b>
Το οργανόγραμμα της επιχείρησης.....	196
<b>ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ.....</b>	<b>197</b>
Τμηματοποίηση βάσει των λειτουργιών της επιχείρησης .....	198
Τμηματοποίηση βάσει των σταδίων επεξεργασίας των προϊόντων .....	199
Τμηματοποίηση βάσει των προϊόντων ή των σειρών προϊόντων .....	199
Τμηματοποίηση βάσει των πελατών.....	200
Τμηματοποίηση βάσει των γεωγραφικών περιοχών .....	201
<b>ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ .....</b>	<b>201</b>
Οργανωσιακή κουλτούρα: Αξίες, κανόνες και τεχνικά στοιχεία.....	202
Εταιρική κουλτούρα: Δημιουργία, επιτυχία και αλλαγή .....	203
Ενσωμάτωση των νέων εργαζόμενων στην κουλτούρα της επιχείρησης .....	207

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### Ανάθεση δραστηριοτήτων και αρμοδιοτήτων στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΓΕΝΙΚΑ.....</b>	<b>215</b>
<b>ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΕΞΟΥΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΥΘΥΝΗΣ.....</b>	<b>215</b>
<b>ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΟΥΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ .....</b>	<b>218</b>
Γραμμική μέθοδος .....	219
Λειτουργική μέθοδος .....	220
Γραμμική/επιτελική μέθοδος .....	221
Μέθοδος των επιτροπών ή συμβουλίων.....	222
<b>ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΚΑΙ ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.....</b>	<b>222</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### Η στελέχωση των τουριστικών επιχειρήσεων

<b>Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ .</b>	<b>229</b>
<b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΝΑΓΚΩΝ .....</b>	<b>234</b>

Αξιολόγηση του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού .....	235
Προγραμματισμός του ανθρώπινου δυναμικού που θα απαιτηθεί στο μέλλον .	237
<b>ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΕΞΕΥΡΕΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΛ-ΛΗΛΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ .....</b>	<b>238</b>
<b>ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ .....</b>	<b>244</b>
Προκαταρκτική συνέντευξη.....	246
Συμπλήρωση του πληροφοριακού εντύπου (φόρμας).....	247
Συνέντευξη εργασίας.....	248
Τεστ (δοκιμασία) επιλογής .....	250
Ιατρική εξέταση .....	255
Απόφαση επιλογής.....	255
<b>ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....</b>	<b>255</b>
Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ .....	256
Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ .....	256
Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ .....	261
Η ΑΜΟΙΒΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	266
ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	271
ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΚΑΙ ΠΕΙΘΑΡΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ .....	272

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### Παρακίνηση εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>283</b>
Οι στόχοι της επιχείρησης και τα κίνητρα των εργαζομένων .....	283
<b>ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ .....</b>	<b>285</b>
<b>ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ .....</b>	<b>286</b>
Αδυναμίες της θεωρίας του Α. Maslow .....	288
Εφαρμογή της θεωρίας του Α. Maslow από τη διοίκηση της επιχείρησης .....	289
<b>Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΔΥΟ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ: ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ, ΤΟΥ F. HERZBERG .....</b>	<b>290</b>
<b>ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ .....</b>	<b>291</b>
<b>ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ .....</b>	<b>293</b>
<b>ΠΩΣ ΒΛΕΠΟΥΝ ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ ΤΗΝ ΑΜΟΙΒΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ.....</b>	<b>300</b>
<b>Η ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ.....</b>	<b>305</b>
Τα οφέλη της τηλεργασίας για τους εργοδότες, τους εργαζομένους και την κοινωνία .....	306
<b>ΟΙ ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ –ΤΥΠΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΤΥΠΕΣ– ΚΑΙ Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥΣ .</b>	<b>308</b>
Η δημιουργία των ομάδων .....	308
Τα είδη των εργασιακών ομάδων.....	310

<b>ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΟΝΤΑΙ .....</b>	<b>310</b>
Τεχνικές για την επιτυχία μιας αλλαγής .....	311
Η αλλαγή ως βασικός συντελεστής για την αύξηση της παραγωγικότητας.....	313

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

### Ηγεσία

<b>ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΗΓΕΣΙΑ .....</b>	<b>321</b>
<b>ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΚΑΙ ΗΓΕΤΗ .....</b>	<b>322</b>
<b>ΒΑΣΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ .....</b>	<b>324</b>
Η θεωρία που έχει ως βάση τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του ηγέτη .....	324
Η θεωρία που βασίζεται στη συμπεριφορά του ηγέτη.....	324
<b>Η ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΣΧΑΡΑ .....</b>	<b>324</b>
<b>ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΗΓΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ .....</b>	<b>328</b>
<b>ΤΑ ΠΡΟΣΩΝΤΑ ΤΟΥ ΗΓΕΤΗ .....</b>	<b>329</b>
<b>Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ .....</b>	<b>332</b>
<b>Η ΗΓΕΣΙΑ ΜΕ ΟΡΑΜΑ .....</b>	<b>333</b>
Η χαρισματική ηγεσία .....	333
Η ηγεσία που επιφέρει μετασχηματισμούς .....	334

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

### Αποτελεσματική επικοινωνία στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....</b>	<b>341</b>
<b>Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....</b>	<b>341</b>
<b>ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....</b>	<b>344</b>
<b>ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ .....</b>	<b>347</b>
<b>ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΔΙΩΝ ΓΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ..</b>	<b>349</b>
<b>ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ .....</b>	<b>351</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

### Έλεγχος τουριστικών επιχειρήσεων

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>357</b>
<b>Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ .....</b>	<b>357</b>
Ο ρόλος του ελέγχου .....	359
Επίπεδα ελέγχου .....	360
Τύποι ελέγχου.....	360
<b>ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ.....</b>	<b>361</b>

<b>Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥ</b> .....	<b>365</b>
Σχεδιάζοντας τι χρειάζεται έλεγχο .....	365
Καθορισμός των προτύπων απόδοσης .....	367
Σύγκριση της καταμετρημένης απόδοσης με τα πρότυπα .....	369
Ενίσχυση των επιτυχιών – Διόρθωση των μειονεκτημάτων .....	371
<b>ΕΛΕΓΧΟΙ ΤΩΝ ΥΠΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b> .....	<b>372</b>
<b>ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΛΕΓΧΟΥ</b> .....	<b>374</b>
Σταθεροί έλεγχοι .....	374
Περιοδικοί έλεγχοι .....	374
Περιπτωσιακοί έλεγχοι .....	375
Το διάγραμμα Γκαντ (Gannt) .....	376
Τεχνική αξιολόγησης και αναθεώρησης του προγράμματος Pert .....	378
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΕΛΕΓΧΟΥ</b> .....	<b>380</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

### Μάνατζμεντ πληροφοριών και γνώσης στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ</b> .....	<b>389</b>
<b>Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ</b> .....	<b>389</b>
<b>ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ</b> .....	<b>390</b>
<b>Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ</b> .....	<b>392</b>
Το πλεονέκτημα της εταιρείας που κάνει την πρώτη κίνηση .....	392
Διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος .....	393
<b>ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ</b> .....	<b>394</b>
<b>ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ</b> .....	<b>395</b>
<b>ΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ</b>	
<b>ΙΕΡΑΡΧΙΑΣ</b> .....	<b>398</b>
<b>ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ</b> .....	<b>400</b>
<b>ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ (KNOWLEDGE</b>	
<b>MANAGEMENT)</b> .....	<b>401</b>
Ένα παράδειγμα .....	405
Ροές γνώσεων και οι συνδεδεμένες με αυτές περιοχές δραστηριότητας .....	406
Η αξία του μάνατζμεντ της γνώσης .....	409
<b>Η ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΚΑΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΗ ΓΝΩΣΗ</b> .....	<b>410</b>
Εσωτερική πρόσβαση και συμμετοχή στις πληροφορίες .....	411
Εξωτερική πρόσβαση και συμμετοχή στις πληροφορίες .....	412
Συμμετοχή στη γνώση και στην πείρα .....	414
<b>ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΓΙΑ</b>	
<b>ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΥΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ</b> .....	<b>415</b>
Web 2.0 .....	416
Τουρισμός και μέσα κοινωνικής δικτύωσης .....	419



Επιπτώσεις για τις τουριστικές επιχειρήσεις.....	423
Μεγιστοποίηση της παρουσίας στο διαδίκτυο.....	425
<b>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΜΕ ΕΞΟΡΥΞΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ</b>	
<b>ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....</b>	<b>428</b>
Χρήση ιστοσελίδων στο μάρκετινγκ προορισμών.....	429
Προσδιορισμός επισκεπτών.....	430
Είδη data mining βασιζόμενων στο διαδίκτυο.....	432

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14

### Μάνατζμεντ ολικής ποιότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>441</b>
<b>ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (Μ.Ο.Π.).....</b>	<b>441</b>
<b>ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ</b>	
<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>442</b>
<b>Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>444</b>
<b>ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>446</b>
Κόστος εσωτερικής αποτυχίας.....	448
Κόστος εξωτερικής αποτυχίας.....	448
Κόστος πρόληψης.....	449
<b>ΚΥΚΛΟΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>450</b>
Η δομή της οργάνωσης ενός κύκλου ποιότητας.....	450
Λειτουργία των κύκλων ποιότητας.....	451
<b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΟΛΙΚΗΣ</b>	
<b>ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>452</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15

### Χρηματοοικονομικά Τουριστικών Επιχειρήσεων

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>459</b>
<b>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>459</b>
Πωλήσεις.....	461
Δαπάνες.....	462
Αποσβέσεις.....	463
<b>ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>463</b>
Ενεργητικό.....	464
Παθητικό.....	465
<b>ΚΟΣΤΟΣ.....</b>	<b>466</b>
Βασικά είδη κόστους.....	466
Άμεσο και έμμεσο κόστος.....	466

Σταθερό και μεταβλητό κόστος .....	467
<b>ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ.....</b>	<b>468</b>
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΕΡΔΩΝ .....</b>	<b>471</b>
Ανάλυση νεκρού σημείου .....	471
<b>ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ .....</b>	<b>473</b>
Τεχνικές τιμολόγησης .....	474
<b>ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ .....</b>	<b>478</b>
Μέθοδοι αξιολόγησης επενδύσεων .....	478
Αντιμετώπιση του κινδύνου .....	482
Θετικές πλευρές του κινδύνου και της αβεβαιότητας .....	487
Άλλα ζητήματα που λαμβάνονται υπόψη στις επενδυτικές αποφάσεις .....	489
Αποφάσεις σχετικές με τη χρηματοδότηση .....	489
Συμπεράσματα Β Μέρους .....	491