

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΣΣΟΕ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
&
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
Αριθ. Εισαγωγής: 260

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΝΟΥ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ
ΡΑΔΑΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ
ΡΑΔΑΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΝΟΥ**

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΓΚΡΙΣΕΩΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Εισαγωγή

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΩΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο και η σημασία της τουριστικής οικονομίας	1
2. Το αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας	3
3. Οι βασικές διακρίσεις της τουριστικής οικονομίας	6
3.1. Θεωρητική τουριστική οικονομία	6
3.2. Εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία	8
4. Οι υποδιακρίσεις της τουριστικής οικονομίας	9
4.1. Μικροτουριστική και μακροτουριστική οικονομική	9
4.2. Μικροτουριστική και μακροτουριστική πολιτική	10
4.3. Αλληλεξάρτηση της μικροτουριστικής και μακροτουριστικής οικονομικής και πολιτικής	12
5. Η σχέση μεταξύ οικονομική και τουριστικής οικονομίας	14
6. Η σχέση μεταξύ τουριστικής οικονομίας και άλλων επιστημονικών κλάδων	15
7. Τα βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας	18
8. Οι κύριοι σκοποί και οι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής οικονομίας	20
8.1. Οι κύριοι σκοποί της τουριστικής οικονομίας	21
8.2. Οι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής οικονομίας	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

1. Ο τουρισμός	25
2. Ο τουρίστας	29
3. Οι τουριστικές επιχειρήσεις	33
4. Οι τουρ οπερέτορς	37
5. Ο ταξιδιωτικός/τουριστικός πράκτορας	40
6. Η τουριστική βιομηχανία	41
7. Το τουριστικό κύκλωμα	43
8. Τα τουριστικά κίνητρα	44
8.1. Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα	45
8.2. Πολιτιστικά κίνητρα	45
8.3. Οικονομικά κίνητρα	46
8.4. Ψυχολογικά κίνητρα	46
9. Τα τουριστικά προϊόντα	48
10. Οι συντελεστές τουριστικής παραγωγής	49
11. Το κόστος τουριστικής παραγωγής	50
12. Το τουριστικό πακέτο	53
13. Η τουριστική κατανάλωση ή χρήση	55
14. Η τουριστική αγορά	57
15. Οι τουριστικές εξαγωγές και εισαγωγές	60
16. Οι τουριστικές δαπάνες	62
16.1. Διακρίσεις τουριστικών δαπανών από άποψη τόπου και χρόνου	63
16.2. Διακρίσεις τουριστικών δαπανών από άποψη σκοπού	63
17. Οι τουριστικές επενδύσεις	64
17.1. Ο ρυθμός ανάπτυξης νέων παραγωγικών μεθόδων και προϊόντων στην τουριστική οικονομία	66
17.2. Το κόστος αγοράς και χρησιμοποίησης κεφαλαιουχικών προϊόντων στην τουριστική οικονομία	66
17.3. Το κόστος του χρηματικού κεφαλαίου που απαιτείται για την αγορά υλικού κεφαλαίου στην τουριστική οικονομία	66

17.4. Η κρατική πολιτική για την τόνωση της επενδυτικής δραστηριότητας στην τουριστική οικονομία	67
18. Το τουριστικό προϊόν-εισόδημα	67
18.1. Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σαν δαπάνη	67
18.2. Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σαν εισόδημα	68
19. Η εποχικότητα στον τουρισμό	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΖΗΤΗΣΗ-ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

1. Οι τουριστικές ανάγκες-επιθυμίες των ανθρώπων	73
2. Η συμπεριφορά του τουρίστα σαν καταναλωτή τουριστικών προϊόντων	74
3. Η σχέση μεταξύ της τιμής των τουριστικών προϊόντων και της ποσότητας τους που ζητείται	75
4. Το διαθέσιμο εισόδημα για την αγορά τουριστικών προϊόντων	77
5. Οι τιμές των τουριστικών προϊόντων που διαμορφώνονται στην τουριστική αγορά	78
6. Το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε βραχυχρόνια περίοδο	79
7. Το μέσο κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και οι διάφορες διακρίσεις του	83
8. Το οριακό κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και η σημασία του για τις οικονομικές αποφάσεις που παίρνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις	86
9. Το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε μακροχρόνια περίοδο	90
9.1. Εναλλακτικά μεγέθη της τουριστικής επιχείρησης και καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου παραγωγικού κόστους	91
9.2. Εξήγηση της συμπεριφοράς του μακροχρονίου μέσου παραγωγικού κόστους της τουριστικής επιχείρησης	94
10. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από μια τουριστική επιχείρηση και από όλες μαζί	97
10.1. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από μια τουριστική επιχείρηση	97

10.2. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις μαζί	99
11. Η παραγωγικότητα των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων	103
11.1. Το μέγεθος της παραγωγής τουριστικών προϊόντων	104
11.2. Η ποσοτική και ποιοτική στάθμη των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων	105
11.3. Οι τεχνολογικές και οργανωτικές καινοτομίες στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων	106
11.4. Η εξειδίκευση της εργασίας των απασχολουμένων στην τουριστική οικονομία	106
12. Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής	107
12.1. Μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής	107
12.2. Μεταβολές στην τεχνολογία	108
13. Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων	109
14. Οι προβλέψεις για μελλοντικές εξελίξεις των τιμών	110
15. Η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος	111

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Η εξέλιξη του τουρισμού σε σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο και η διάκριση του σε βασικές κατηγορίες	115
1.1. Μαζικός τουρισμός	118
1.2. Ατομικός τουρισμός	119
1.3. Εσωτερικός τουρισμός	120
1.4. Εξωτερικός τουρισμός	122
1.5. Συνεχής τουρισμός	122
1.6. Εποχιακός τουρισμός	122
2. Ο τουρισμός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και προόδου	123
3. Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού	126
4. Το οικονομικό και κοινωνικό κόστος του τουρισμού	132

5. Οι τάσεις του τουρισμού και προϋποθέσεις για να γίνει οικονομικά αποδοτικότερος	135
6. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	139
7. Η αύξηση του διεθνούς τουρισμού. Προβλήματα στις χώρες υποδοχής	141
7.1. Της προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος	141
7.2. Της ποιοτικής βελτίωσης της τουριστικής πελατείας	142
7.3. Της δημιουργίας νέων τύπων τουριστικών καταλυμάτων	143
7.4. Της βελτίωσης των συγκοινωνιών γενικά και του εκσυγχρονισμού των αεροδρομίων	144
7.5. Της απρόσκοπτης τροφοδοσίας των τουριστών	144
7.6. Της αναβάθμισης των τουριστικών και άλλων υπηρεσιών	145
7.7. Της ποσοτικής και ποιοτικής βελτίωσης των μέσων ψυχαγωγίας τουριστών	145

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°

ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΩΦΕΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Η εξασφάλιση συναλλαγματικών εσόδων για τον περιορισμό του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών	147
2. Η δημιουργία ευκαιριών παραγωγικής απασχόλησης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού	150
3. Η τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια	153
4. Η δημιουργία εσόδων για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό των αστικών κέντρων και της περιφέρειας	157
5. Η πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων κεφαλαίου σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής	159

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ & Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης	163
--	-----

2. Η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης	167
3. Λόγοι προγραμματισμοί της τουριστικής ανάπτυξης	169
4. Το πρόγραμμα της τουριστικής ανάπτυξης	173
5. Ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης	175
5.1. Διάγνωση του επιπέδου ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας	176
5.2. Αξιολόγηση της θέσης της τουριστικής οικονομίας στην οικονομία	176
5.3. Απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας	177
5.4. Διερεύνηση των δυνατοτήτων μιας παραπέρα ανάπτυξης	177
5.5. Διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης	178
5.6. Καθορισμός της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης	179
5.7. Επεξεργασία των επιλογών της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης	179
5.8. Κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης	180
5.9. Έγκριση κύρωση και εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης	– 181
5.10. Παρακολούθηση και έλεγχος της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης	182
6. Σκοποί και στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης	182
7. Προβλήματα κατά την εφαρμογή του προγράμματος	184
8. Η εκτίμηση του αποτελέσματος από την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης	186
Βιβλιογραφία	188

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή ασκεί άμεσες ή έμμεσες επιδράσεις στις οικονομίες πολλών χωρών και ειδικότερα αυτών που χαρακτηρίζονται σαν κατ' εξοχή τουριστικές, οδήγησε εμπειρογνώμονες του τουρισμού αλλά και επιστήμονες διάφορων ειδικοτήτων να διερευνήσουν όλες τις πτυχές του τουριστικού φαινομένου, ώστε να διαπιστωθούν οι οικονομικές και άλλες ωφέλειες ή χρησιμότητες που απορρέουν από αυτόν για τον άνθρωπο με τη διπλή του ιδιότητα και συγκεκριμένα με εκείνη του παραγωγού τουριστικών προϊόντων και εκείνη του καταναλωτή ή χρήστη τους, καθώς επίσης για την οικονομία του τουριστικού προορισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Η διαπίστωση ότι οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, καθώς επίσης η παραγωγή και διάθεση των τουριστικών προϊόντων που χρειάζονται για την ικανοποίησή τους παρουσιάζουν ορισμένες ιδιαιτερότητες, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, χρειάζεται ειδική μελέτη, και ανάλυση. Έτσι λοιπόν δημιουργήθηκε βαθμιαία ένας εξειδικευμένος κλάδος της οικονομικής, η τουριστική οικονομία, που ασχολείται με τη μελέτη των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται κατά τη διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών προϊόντων, η αυτοτέλεια της οποίας με το πέρασμα του χρόνου γίνεται ολοένα και σαφέστερη.

Στην εργασία αυτή, που χωρίζεται σε έξι κεφάλαια και αποτελεί την πτυχιακή μας εργασία με τίτλο «Τουριστική οικονομία. Τρόπος λειτουργίας, τουριστική ανάπτυξη και προγραμματισμός», επιχειρείται να εξεταστεί η τουριστική οικονομία και να αναλυθεί ο ρόλος που διαδραματίζει αυτή στα πλαίσια των οικονομιών σε διάφορα επίπεδα.

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται η τουριστική οικονομία σαν δυναμικός

κλάδος της οικονομικής επιστήμης. Αναλυτικότερα εξετάζονται το εννοιολογικό περιεχόμενο και η χρησιμότητα της τουριστικής οικονομίας, το αντικείμενο της και οι βασικές διακρίσεις και υποδιακρίσεις της, η σχέση μεταξύ αυτής και άλλων επιστημονικών κλάδων, τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει, οι κύριοι σκοποί της και τέλος οι περιοριστικοί της παράγοντες.

Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζονται οι βασικές έννοιες της τουριστικής οικονομίας και συγκεκριμένα οι έννοιες τουρισμός, τουρίστας, τουριστικές επιχειρήσεις, τουρ οπερέτορς, τουριστική βιομηχανία, τουριστικό κύκλωμα, τουριστικά προϊόντα, συντελεστές τουριστικής παραγωγής, κόστος τουριστικής παραγωγής, τουριστικό πακέτο, τουριστική κατανάλωση ή χρήση, τουριστική αγορά, τουριστικές εισαγωγές - εξαγωγές, τουριστικές δαπάνες, τουριστικές επενδύσεις, τουριστικό προϊόν / εισόδημα και εποχικότητα στον τουρισμό.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται η συμπεριφορά του τουρίστα και η ζήτηση τουριστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα εξετάζονται οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, η συμπεριφορά του τουρίστα σαν καταναλωτή ή και χρήστη τουριστικών προϊόντων και της ποσότητας τους που ζητείται, η ποσότητα από έναν τουρίστα και από όλους μαζί, οι προτιμήσεις του τουρίστα για ορισμένα τουριστικά προϊόντα, το εισόδημα που ο τουρίστας μπορεί να διαθέσει για την αγορά τουριστικών προϊόντων και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων που διαμορφώνονται στην τουριστική αγορά.

- Επίσης εξετάζεται το κόστος παραγωγής και η προσφορά τουριστικών προϊόντων. Αναλυτικότερα εξετάζονται το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε βραχυχρόνια περίοδο, η συνάρτηση του συνολικού, του μεταβλητού και του σταθερού κόστους παραγωγής τουριστικών προϊόντων, το μέσο κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και οι διάφορες διακρίσεις του, το οριακό κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και η σημασία του για τις οικονομικές αποφάσεις που παίρνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις, το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε μακροχρόνια περίοδο, η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από μια τουριστική επιχείρηση και απ' όλες μαζί, η παραγωγικότητα των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων και στην τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία, οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων που παράγονται και προσφέρο-

νται στην τουριστική αγορά, οι προβλέψεις για μελλοντικές εξελίξεις των τιμών των τουριστικών προϊόντων, οι τουριστικές επιχειρήσεις που παράγουν και προσφέρουν το ίδιο τουριστικό προϊόν και οι στόχοι που βάζουν και τέλος η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος.

Στο τέταρτο κεφάλαιο εξετάζεται η οικονομική σημασία και οι τάσεις του τουρισμού. Αναλυτικότερα εξετάζονται η εξέλιξη του τουρισμού σαν σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο και οι διακρίσεις του σε βασικές κατηγορίες, ο τουρισμός σαν παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, οι πολλαπλασιαστικές του επιδράσεις στην οικονομία σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, το οικονομικό και κοινωνικό κόστος του, οι τάσεις στον τουρισμό και οι προϋποθέσεις για να γίνει οικονομικά αποδοτικότερος, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να λύσουν στο μέτρο του εφικτού οικονομικά και άλλα προβλήματα του, καθώς επίσης τα προβλήματα και τις υποχρεώσεις που δημιουργεί στους τουριστικούς προορισμούς η αύξηση του διεθνούς τουρισμού.

Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζονται οι κυριότερες οικονομικές ωφέλειες του τουρισμού. Συγκεκριμένα εξετάζεται η εξασφάλιση συναλλαγματικών εσόδων για τον περιορισμό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης στην τουριστική οικονομία και όχι μόνο, η ανάπτυξη οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια, η διοχέτευση εισοδήματος στην περιφέρεια και η διανομή του στους αποδέκτες του και τέλος η πραγματοποίηση επενδύσεων κεφαλαίου στην περιφέρεια.

Τέλος, στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας εξετάζεται η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και ο προγραμματισμός της. Αναλυτικότερα εξετάζονται το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης, η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης και πώς επιχειρείται αυτή, οι λόγοι που επιβάλλουν τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης και τα στοιχεία, που πρέπει να περιέχει η μεθοδολογική προσέγγιση του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης, οι κυριότεροι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, τα προβλήματα που συνήθως παρουσιάζονται κατά την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και η εκτίμηση του αποτελέσματος από την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να δώσει μέσα από τις σελίδες της στον αναγνώστη μια ολοκληρωμένη και σαφή εικόνα του τι είναι η τουριστική οικονομία, να

τον εξουκειώσει με τις κυριότερες βασικές έννοιες της και να τον κάνει να συνειδητοποιήσει την οικονομική σημασία της σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, αλλά ταυτόχρονα και τις υποχρεώσεις που δημιουργεί η ανάπτυξη της σε έναν τουριστικό προορισμό. Και ακόμα να ενημερωθεί για τα κυριότερα οικονομικά ωφελήματα του τουρισμού.

Παράλληλα, όμως, η εργασία αυτή έχει σκοπό να δημιουργήσει στον αναγνώστη την κατάλληλη υποδομή που θα του επιτρέψει στη συνέχεια, να διευρύνει απρόσκοπτα τις γνώσεις του σχετικά με το πώς συμπεριφέρεται ο τουρίστας και πώς προκαλείται εκ μέρους του η ζήτηση τουριστικών προϊόντων, ποιες βασικές αρχές διέπουν την τουριστική παραγωγή, ποιοι είναι οι βασικοί συντελεστές παραγωγής του τουριστικού πακέτου, πώς διαμορφώνεται το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και πώς γίνεται η προσφορά τους, πώς μετριέται και προβλέπεται η τουριστική ζήτηση και πώς προσαρμόζεται η τουριστική προσφορά σε αυτήν, πώς προσδιορίζεται η τιμή και η ποσότητα ισορροπίας στην αγορά ενός τουριστικού προϊόντος και ακόμα πώς αναπτύσσεται η τουριστική οικονομία και πώς προγραμματίζεται η ανάπτυξη της.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους αυτούς που με βοήθησαν για την διεκπεραίωση της εργασίας μου αυτής και ιδιαίτερα τον υπεύθυνο καθηγητή - εισηγητή του θέματός μου κ. Πάνου Γεώργιο και να τονίσω ότι για όποια παράλειψη της εργασίας την ευθύνη φέρει η συγγραφέας της, η οποία ευχαρίστως θα αποδεχθεί την όποια καλοπροαίρετη κριτική.-

Ραδαίου Κωνσταντίνα

Μεσολόγγι, 2002 -

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΩΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο και η σημασία της τουριστικής οικονομίας

Η τουριστική οικονομία είναι ένας δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, που μελετά τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται κατά τη διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που προορίζονται για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

Όπως είναι γνωστό, οι άνθρωποι που ζουν σε αναπτυγμένες κοινωνίες, εκτός από βιοτικές ανάγκες έχουν και άλλες ανάγκες ή επιθυμίες μεταξύ των οποίων και τουριστικές. Για την ικανοποίηση όμως των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών πρέπει να παραχθούν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Η παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών πάλι προϋποθέτει ορισμένες ενέργειες εκ μέρους των ανθρώπων, δηλαδή την ανάπτυξη παραγωγικής δραστηριότητας, και ακόμα την ύπαρξη τουριστικών πόρων που, όπως είναι γνωστό, βρίσκονται σε ανεπάρκεια.

Μιλώντας περισσότερο ακαδημαϊκά θα μπορούσε κανείς να ορίσει την τουριστική οικονομία σαν ένα μέρος της συνολικής οικονομίας, που μελετά και αναλύει τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται κατά την πα-

ραγωγή και κατανάλωση ή χρήση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

Η τουριστική οικονομία, όπως αναφέρθηκε στην αρχή, είναι ένας δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, πλην όμως βρίσκεται στις περισσότερες χώρες ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης και της εξέλιξης.

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός μεταπολεμικά και ειδικότερα από το τέλος περίπου της δεκαετίας του '50 και μετά, έχει υποστεί πολλές μεταβολές, κυρίως δε σε ό,τι αφορά στα οικονομικά του. Συγκεκριμένα στο διάστημα που μεσολάβησε από τότε σημειώθηκαν ριζικές αλλαγές τόσο στη μορφή όσο και το περιεχόμενο του τουρισμού, μα πάνω απ' όλα στα μέσα και τους τρόπους ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Όπως ήταν φυσικό, όλα αυτά συνέβαλαν στην προβολή και κυρίως στη συνειδητοποίηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού, γεγονός το οποίο είχε σαν συνέπεια τη γέννηση της ανάγκης μιας συστηματικότερης μελέτης και ανάλυσης του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου.

Παλιότερα ο τουρισμός αποτελούσε ένα οικονομικό φαινόμενο περιορισμένης έκτασης και σημασίας, που υπήρχε λίγο - πολύ σε λανθάνουσα κατάσταση. Η παραγωγική του δραστηριότητα σαν κλάδου της οικονομίας ήταν στην κυριολεξία ασήμαντη και στις περισσότερες περιπτώσεις χωρίς υπερβολή σχεδόν ανάξια λόγου, η δε ανάπτυξη του απρογραμμάτιστη, δηλαδή συμπτωματική, ευκαιριακή και άναρχη.

Με το πέρασμα του χρόνου, έστω και κάτω από αντίξοες συνθήκες ανάπτυξης, ο τουρισμός άρχισε σιγά - σιγά μεν αλλά σταθερά να αναπτύσσεται τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά. Τότε ακριβώς ήταν που οι οικονομολόγοι άρχισαν να συνειδητοποιούν τη σημασία του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου, καθώς επίσης το ρόλο που θα μπορούσε να διαδραματίσει αυτός στα πλαίσια των οικονομιών. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να στρέψουν την προσοχή τους προς την κατεύθυνση της αντιμετώπισης ορισμένων οικονομικών προβλημάτων του τουρισμού που εμφανίζονταν ολοένα και εντονότερα. Αλλά ακόμα και τότε η αντιμετώπιση του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου ήταν υποτυπώδης και μάλλον περιορισμένη, τα δε προβλήματα του αντιμετωπίζονταν τις περισσότερες φορές εντελώς απρογραμμάτιστα και αποσπασματικά με διάφορα μέτρα οικονομικής πολιτικής.

Ας σημειωθεί ότι την εποχή εκείνη, αλλά για ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα από τότε, αυτό που απασχόλησε εντελώς ιδιαίτερα την οικονομική σκέψη ήταν ο ρόλος που διαδραμάτιζε ο τουρισμός στην ευνοϊκή διαμόρφωση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών μιας χώρας, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν αυτό παρουσίαζε σε μόνιμη βάση έλλειμμα.

Χρειάστηκε να περάσουν πολλά χρόνια από τότε για να φτάσει ο τουρισμός στα σημερινά του επίπεδα ανάπτυξης και να αποκαλυφθεί η οικονομική του σημασία, αλλά κυρίως για να δημιουργηθούν οι αναγκαίες προϋποθέσεις που θα έκαναν τους οικονομολόγους να σκεφτούν να αναλύσουν τον τουρισμό σαν ξεχωριστό οικονομικό φαινόμενο και να τον αντιμετωπίσουν σαν ιδιαίτερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας: την τουριστική οικονομία.

Η εξέλιξη του τουρισμού και η σύγχρονη ανάπτυξη του που κατά κύριο λόγο του εξασφάλισε μια καίρια θέση ανάμεσα στις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στον προσανατολισμό της επιστημονικής έρευνας και της θετικής ανάλυσης στη συστηματική μελέτη των διάφορων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, ανοίγοντας έτσι διάπλατα το δρόμο της αποτελεσματικότερης αντιμετώπισης τους, ενδεχόμενα δε και της οριστικής τους επίλυσης.

Συνοψίζοντας όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική οικονομία, σαν ιδιαίτερος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας που συνεχώς εξελίσσεται και μάλιστα δυναμικά, γεννήθηκε από την ανάγκη μελέτης και ανάλυσης των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ εκείνων που με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

2. Το αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας

Το αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας θα γίνει προοδευτικά καλύτερα αντιληπτό, όσο προχωρεί η μελέτη της σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας και φανεί το είδος και η ποικιλία των προβλημάτων που αναλύει και προσπαθεί να λύσει διαχρονικά. Παρ' όλα αυτά όμως είναι σκόπιμο να προσδιοριστούν από τώρα οι περιοχές μελέτης της τουριστικής οικονομίας. Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι η

τουριστική οικονομία ερευνά και αναλύει τους τρόπους με τους οποίους ένα οργανωμένο κοινωνικό σύνολο με κρατική υπόσταση παίρνει αποφάσεις σχετικά με τα πιο κάτω προβλήματα:

(α) Ποια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, καθώς επίσης σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες;

(β) Πώς θα παραχθούν τα τουριστικά αυτά αγαθά και υπηρεσίες, δηλαδή με τι πόρους και ποια τεχνολογία;

(γ) Πώς θα γίνει η διανομή των τουριστικών αυτών αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ των ντόπιων και ξένων τουριστών;

(δ) Πώς θα αναπτυχθεί και εξελιχθεί διαχρονικά η τουριστική οικονομία;

Για να γίνουν κατανοητά τα πιο πάνω προβλήματα είναι απαραίτητο να γίνει έστω και συνοπτικά μια σκιαγράφηση του περιεχομένου τους. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο επιχειρείται αυτή αμέσως πιο κάτω:

(α) Ποια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν, σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες; Τόσο οι ποσότητες όσο και οι ποιότητες και ποικιλίες των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε μια χώρα μέσα σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, μεταβάλλονται συνεχώς. Ορισμένων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών η παραγωγή αυξάνεται, ενώ άλλων μειώνεται ή και αναστέλλεται ακόμα προσωρινά ή μόνιμα αν αυτό κριθεί σκόπιμο. Επίσης νέα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες εμφανίζονται κατά καιρούς στην τουριστική αγορά για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών. Τα ερωτήματα που φυσιολογικά γεννιούνται είναι ποιος αποφασίζει για όλα αυτά και με ποιόν τρόπο, δηλαδή με ποιους μηχανισμούς και, με ποια κριτήρια καθορίζονται τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που θα παραχθούν, καθώς επίσης οι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τους;

(β) Πώς θα παραχθούν τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες; Τα διάφορα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που παράγονται σε μια χώρα μπορούν να παραχθούν με μεθόδους που πολλές φορές διαφέρουν μεταξύ τους. Τα ερωτήματα που αυτόματα γεννιούνται είναι ποιος και με ποιο τρόπο αποφασίζει για τη μέθοδο που θα χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών; Και

ακόμα είναι δυνατό ένα τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία να παράγεται ταυτόχρονα με δυο ή και περισσότερους διαφορετικούς τρόπους;

(γ) Πώς θα γίνει η διανομή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών; Τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που παράγονται σε μια χώρα υποδοχής τουριστών κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου, διανέμονται σε ντόπιους και ξένους τουρίστες, προκειμένου αυτοί να ικανοποιήσουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Ένα μεγάλο πρόβλημα, ίσως το μεγαλύτερο της τουριστικής οικονομίας, είναι ο προσδιορισμός του κριτηρίου με βάση το οποίο θα γίνει η διανομή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών στους ντόπιους και ξένους τουρίστες. Εδώ θα πρέπει να ειπωθεί ότι το πρόβλημα της διανομής των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών κάθε άλλο παρά πρόβλημα υιοθέτησης κάποιου αυθαίρετου κριτηρίου είναι. Αντίθετα είναι πρόβλημα εξεύρεσης εκείνου του κριτηρίου ή των κριτηρίων που εξασφαλίζουν τη χρυσή τομή και ταυτόχρονα οδηγούν στην απρόσκοπτη ανάπτυξη και εξέλιξη της τουριστικής οικονομίας. Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι κάθε χώρα υποδοχής τουριστών έχει το δικό της τρόπο να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά το πρόβλημα της διανομής των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγει. Αυτό δεν είναι αποτέλεσμα αποφάσεων που παίρνουν μεμονωμένοι παράγοντες ή ομάδες παραγόντων της τουριστικής προσφοράς, αλλά του τρόπου με τον οποίον είναι οργανωμένη η οικονομική ζωή της χώρας υποδοχής τουριστών.

(δ) Πώς θα αναπτυχθεί η τουριστική οικονομία; Μια τουριστική οικονομία αναπτύσσεται και προοδεύει όταν αυξάνει διαχρονικά τον όγκο της παραγωγής της, έτσι ώστε σε κάθε τουρίστα ντόπιο ή ξένο να αντιστοιχούν συνεχώς περισσότερα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών εξαρτάται μέχρι ενός σημείου και από την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας της χώρας υποδοχής τους. Ο πιο σίγουρος τρόπος να μπει μια τουριστική οικονομία στο δρόμο της ανάπτυξης και της εξέλιξης είναι να αυξάνονται οι τουριστικές ανάγκες των ντόπιων και ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Το πρόβλημα της τουριστικής ανάπτυξης και εξέλιξης είναι αναμφισβήτητα ένα από τα κύρια θέματα της τουριστικής οικονομίας.

3. Οι βασικές διακρίσεις της τουριστικής οικονομίας

Η τουριστική οικονομία μπορεί βασικά να διακριθεί στη θεωρητική τουριστική οικονομία και στην εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία ή τουριστική πολιτική, όπως συνηθίζεται να χαρακτηρίζεται διαφορετικά.

3.1. Θεωρητική τουριστική οικονομία

Η θεωρητική τουριστική οικονομία ασχολείται με την ερμηνεία των διάφορων γεγονότων που λαμβάνουν χώρα στον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος, καθώς επίσης με τη διατύπωση νόμων, αρχών και κανόνων και την κατασκευή μοντέλων που βασίζονται σε γενικεύσεις που μπορούν να γίνουν για όλους όσους ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρίστας, ο ξενοδόχος, ο τουροπερέτορ κλπ. Επειδή όμως οι νόμοι, αρχές, θεωρίες και μοντέλα σαν γενικεύσεις που βασίζονται σε οικονομικά γεγονότα τα οποία πολλές φορές δεν μπορούν να εκφραστούν ποσοτικά με ακρίβεια, εκφράζονται συχνά με στατιστικές πιθανότητες ή μέσους όρους. Όπως είναι φυσικό, κάθε άλλο παρά δύσκολο στην πράξη είναι να βρει κανείς μεμονωμένες περιπτώσεις που δεν συμφωνούν με τις γενικεύσεις αυτές. Για παράδειγμα αν αυξηθεί η τιμή ενός συγκεκριμένου τουριστικού πακέτου στην τουριστική αγορά, περιμένει κανείς συνήθως από τους παραγωγούς του πακέτου αυτού, δηλαδή τους τουροπερέτορς, να αντιδράσουν φυσιολογικά με αύξηση της ποσότητας των τουριστικών πακέτων που παράγουν. Ενδέχεται όμως κάποιος τουροπερέτορ που δεν ενδιαφέρεται να μεγιστοποιήσει ακόμα περισσότερο τα κέρδη του, να μειώσει την παραγωγή του όταν αυξηθεί στην τουριστική αγορά η τιμή του τουριστικού πακέτου που παράγει, μια και θα μπορεί πια να πραγματοποιεί το ίδιο ακριβώς καθαρό χρηματικό εισόδημα με μικρότερη παραγωγή, δηλαδή με λιγότερο κόπο και χαμηλότερο συνολικό κόστος παραγωγής, εφόσον βέβαια οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών του τουριστικού πακέτου παραμείνουν αμετάβλητες.

Παρά τις οποιοσδήποτε αδυναμίες τους, οι γενικεύσεις και αφαιρέσεις από την πραγματικότητα μπορεί να είναι πάρα πολύ χρήσιμες, αρκεί να επαληθεύονται από τα οικονομικά στοιχεία και δεδομένα και να γίνεται κατάλληλη ερμηνεία και χρήση τους από τους οικονομολόγους. Αντίθετα η ύπαρξη στοιχείων χωρίς γενικεύ-

σεις δεν διευκολύνουν ούτε την κατανόηση των διάφορων θεμάτων της τουριστικής οικονομίας, αλλά ούτε και τον προγραμματισμό των μέτρων της τουριστικής πολιτικής που θα συμβάλουν αποφασιστικά στην αποτελεσματική αντιμετώπιση των ποικίλων προβλημάτων της.

Μετά τη χρησιμοποίηση πραγματικών δεδομένων για να διατυπωθούν γενικεύσεις, δηλαδή οικονομικοί νόμοι, αρχές, θεωρίες ή για να κατασκευαστούν μοντέλα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν και πάλι στοιχεία και δεδομένα από τον πραγματικό κόσμο και συγκεκριμένα από την πραγματική συμπεριφορά των ατόμων και των άλλων οικονομικών μονάδων, σχετικά με την παραγωγή και την κατανάλωση ή χρήση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών και αυτό για να μπορεί να ελέγχεται περιοδικά η αξιοπιστία των γενικεύσεων αυτών.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι οικονομικές γενικεύσεις, εφόσον δεν έχουν ξεπεραστεί χρονικά, μπορούν να βοηθήσουν κάποιον να καταλάβει τι συμβαίνει σε ορισμένο χρόνο σε μια τουριστική οικονομία και στους διάφορους υποκλάδους της οικονομικής της δραστηριότητας. Γι' αυτό και είναι απαραίτητο να ελέγχονται κατά διαστήματα οι οικονομικές θεωρίες και κυρίως αυτές που έχουν διατυπωθεί παλιότερα, για να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο εξακολουθούν να ισχύουν επειδή άλλαξαν ορισμένα οικονομικά δεδομένα.

Σε ό,τι αφορά στη χρησιμοποίηση ενός μοντέλου στην τουριστική οικονομία θα πρέπει να ειπωθεί ότι υπάρχει το ενδεχόμενο ο οικονομολόγος που το κατασκευάζει να κάνει τόσο μεγάλη αφαίρεση, ώστε να μην έχει αυτό σχέση με την πραγματικότητα. Επίσης μπορεί αυτός να μη διακρίνει σωστά μεταξύ σχετικών και άσχετων γεγονότων και να κατασκευάσει ένα μοντέλο που θα έχει τέτοιες ατέλειες, ώστε να μην μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν αποτελεσματικό εργαλείο ανάλυσης οικονομικών προβλημάτων και τούτο γιατί οι οικονομικές αρχές που θα διατυπωθούν με βάση αυτό, δεν μπορεί παρά να είναι λαθεμένες.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι τα οικονομικά μοντέλα, γενικά, αποτελούν ατελείς προσεγγίσεις της πραγματικότητας. Στην τουριστική οικονομία χρησιμοποιούνται από τους οικονομολόγους για να διαπιστώσουν τι συμβαίνει σε αυτή.

3.2. Εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία

Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία ή τουριστική πολιτική, όπως συνηθίζεται περισσότερο να λέγεται, ασχολείται με τα μέτρα που παίρνει η πολιτική εξουσία τόσο για να προωθήσει την ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας όσο και για να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά στο μέτρο τον εφικτό τα διάφορα προβλήματα που αναπόφευκτα δημιουργούνται σε αυτή διαχρονικά.

Μιλώντας περισσότερο ακαδημαϊκά θα μπορούσε να πει κανείς ότι η τουριστική πολιτική ασχολείται με τον έλεγχο ή τον επηρεασμό της οικονομικής συμπεριφοράς ή των συνεπειών της στα διάφορα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας. Με βάση τις οικονομικές αρχές που έχουν διατυπωθεί στη θεωρητική τουριστική οικονομία και γενικότερα στη θεωρητική οικονομική, όχι μόνο είναι δυνατό να προβλεφτεί τι διαδραματίζεται στην τουριστική οικονομία, αλλά και να προβλεφτούν έγκαιρα ενδεχόμενες μελλοντικές εξελίξεις σε αυτήν που μπορεί να είναι επιθυμητές ή ανεπιθυμητές. Με την άσκηση τουριστικής πολιτικής εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας είναι δυνατό να ελεγχθούν τέτοιου είδους εξελίξεις και ακόμα να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά οι συνέπειες τους.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες αντιλήψεις, η τουριστική πολιτική αποτελεί ενιαίο σύστημα αρχών, κανόνων και μεθόδων εσκεμμένης ρυθμιστικής επέμβασης τον κράτους στην τουριστική οικονομία, με σκοπό την ικανοποίηση όλων εκείνων που με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα τη μεγιστοποίηση της ευημερίας τους.

Για να είναι όμως αποτελεσματική η άσκηση της τουριστικής πολιτικής, θα πρέπει οι στόχοι που καθορίζονται κάθε φορά από την πολιτική εξουσία να είναι ρεαλιστικοί, δηλαδή πραγματοποιήσιμοι, και κυρίως να διατυπώνονται με ακρίβεια και σαφήνεια. Πέρα από αυτό όμως θα πρέπει να εξετάζονται προσεκτικά οι επιδράσεις των εναλλακτικών μέτρων τουριστικής πολιτικής, η δυνατότητα λήψης τους, καθώς επίσης το κόστος τους.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι επειδή τα προβλήματα και οι συνθήκες που επικρατούν σε μια τουριστική οικονομία μεταβάλλονται διαχρονικά και μάλιστα πολλές φορές γρηγορότερα απ' ό,τι μπορεί να υπολογιστεί, είναι ανάγκη η τουριστική πολιτική που εφαρμόζεται να αναθεωρείται και να αναπροσαρμόζεται κατά

διαστήματα ώστε να μη χάνει αυτή την αποτελεσματικότητα της.

4. Οι υποδιακρίσεις της τουριστικής οικονομίας

4.1. *Μικροτουριστική και μακροτουριστική οικονομική*

Η θεωρητική τουριστική οικονομία διακρίνεται βασικά σε μικροτουριστική και μακροτουριστική οικονομική. Τόσο το αντικείμενο τους όσο και τα κύρια χαρακτηριστικά τους αναπτύσσονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(1) Μικροτουριστική οικονομική

Εξετάζει την οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών μεγεθών, δηλαδή ερευνά και αναλύει τα αποομαδοποιημένα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρίστας σαν αγοραστής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, η τουριστική επιχείρηση (η ξενοδοχειακή μονάδα, ο ταξιδιωτικός /τουριστικός πράκτορας κ.λ.π.), η ιδιαίτερη αγορά κάθε τουριστικού προϊόντος και υπηρεσίας χωριστά (η αγορά ξενοδοχειακών υπηρεσιών πέντε, τεσσάρων, τριών, δυο κ.λ.π. αστέρων, η αγορά τουριστικών πακέτων, η αγορά σκαφών αναψυχής, η αγορά τουριστικών εκτάσεων κ.λ.π.), δηλαδή η προσφορά και ζήτηση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, η διαμόρφωση της τιμής των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών χωριστά, σαν να ήταν μεμονωμένες μονάδες της τουριστικής αγοράς (τιμές ξενοδοχείων, τιμές ενοικίασης αυτοκινήτων, τιμές κρουαζιέρων, τιμές αεροπορικών εισιτηρίων κ.λ.π.).

Τα κυριότερα μεγέθη της μικροτουριστικής οικονομίας, είναι: η αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εκ μέρους ενός τουρίστα, η παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εκ μέρους μιας τουριστικής επιχείρησης, οι επενδύσεις που πραγματοποιεί ένας επενδυτής στην τουριστική οικονομία, η προσφορά και ζήτηση ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας, η τιμή πώλησης ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας, το κόστος παραγωγής ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας και ο φόρος εισοδήματος που πληρώνει μια τουριστική επιχείρηση.

(2) Μακροτουριστική οικονομική

Εξετάζει την οικονομική συμπεριφορά των μακροτουριστικών μεγεθών,

δηλαδή ερευνά και αναλύει τα ομαδοποιημένα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας, που αποτελούνται από το άθροισμα των επιμέρους μικροτουριστικών μεγεθών της. Όπως είναι γνωστό, το τουριστικό εισόδημα είναι το σύνολο των μεμονωμένων εισοδημάτων στην τουριστική οικονομία, δηλαδή οι μισθοί των ατόμων που απασχολούνται σε τουριστικές επιχειρήσεις, τα κέρδη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, τα ενοίκια που εισπράττουν οι ιδιοκτήτες ενοικιαζομένων δωματίων, εφόσον βέβαια τα ενοικιάζουν σε τουρίστες κ.λ.π.

Τα κυριότερα μεγέθη της μακροτουριστικής οικονομίας είναι: η συνολική παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, η συνολική κατανάλωση ή χρήση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, τα συνολικά κέρδη των τουριστικών επιχειρήσεων, το συνολικό εισόδημα των απασχολούμενων στην τουριστική οικονομία, οι συνολικές επενδύσεις στην τουριστική οικονομία, τα συνολικά αποθέματα πόρων της τουριστικής οικονομίας, οι συνολικές κρατικές δαπάνες για έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής, η συνολική χρηματοδότηση της τουριστικής οικονομίας, η συνολική απασχόληση της τουριστικής οικονομίας, το γενικό επίπεδο των τιμών και μισθών στην τουριστική οικονομία, το σύνολο των συναλλαγματικών εσόδων από τον τουρισμό και οι συνολικές επιδοτήσεις στην τουριστική οικονομία.

4.2. Μικροτουριστική και μακροτουριστική πολιτική

Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία, δηλαδή η τουριστική πολιτική, διακρίνεται βασικά σε μικροτουριστική και μακροτουριστική πολιτική. Τόσο το αντικείμενο τους όσο και τα κύρια χαρακτηριστικά τους αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(1) Μικροτουριστική πολιτική

Εξετάζει τη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών μεγεθών, δηλαδή ερευνά και αναλύει τον κρατικό παρεμβατισμό στα αποομαδοποιημένα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρίστας (καταναλωτής ή και χρήστης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών), ο ξενοδόχος, ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας, ο τουριστικός επιχειρηματίας (παραγωγός ή και πωλητής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών), το

ξενοδοχείο, το ταξιδιωτικό/τουριστικό πρακτορείο, η τουριστική επιχείρηση (παραγωγός ή και πωλήτρια τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών), η ιδιαίτερη αγορά κάθε τουριστικού προϊόντος, δηλαδή η προσφορά και η ζήτηση κάθε τουριστικού προϊόντος χωριστά κ.λ.π.

Ας σημειωθεί ότι η αποομαδοποίηση αυτή βοηθά σε μεγάλο βαθμό την πολιτική εξουσία και αυτό γιατί της επιτρέπει, μεταξύ άλλων, την εφαρμογή ειδικής κατά περίπτωση μικροτουριστικής πολιτικής, ανάλογα με την οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

Τα κυριότερα θέματα της μικροτουριστικής πολιτικής μπορούν να συνοψιστούν όπως πιο κάτω:

(α) Η επέμβαση του κράτους στην αγορά των διάφορων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης των συντελεστών παραγωγής τους, σαν να ήταν χωριστές μονάδες.

(β) Η επέμβαση του κράτους σε περίπτωση απόκλισης μεταξύ ιδιωτικού και κοινωνικού συμφέροντος σε όλες γενικά τις επιμέρους λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας.

(γ) Η επέμβαση του κράτους για την υποστήριξη παραγωγών ή και πωλητών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπου και όταν αυτή κρίνεται σκόπιμη.

(δ) Η παροχή εκ μέρους του κράτους ιδιαίτερων προϊόντων συλλογικής φύσης προς τους τουρίστες και τις τουριστικές επιχειρήσεις.

(ε) Οι σχέσεις του κράτους με τους τουρίστες και τις τουριστικές επιχειρήσεις σαν πηγές φορολογίας.

(2) Μακροτουριστική πολιτική

Εξετάζει τη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην οικονομική συμπεριφορά των μακροτουριστικών μεγεθών, δηλαδή ερευνά και αναλύει τον κρατικό παρεμβατισμό στα ομαδοποιημένα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας. Με τη μακροτουριστική πολιτική προσδιορίζεται η επιθυμητή οικονομική συμπεριφορά των μακροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα το επίπεδο απασχόλησης της τουριστικής οικονομίας, το γενικό επίπεδο των τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, το επίπεδο της παραγωγικής δυναμικότητας της

τουριστικής οικονομίας κ.λ.π.

Ας σημειωθεί ότι τα μακροτουριστικά μεγέθη αυτά και άλλα, μπορούν να διακριθούν πιο πέρα σε μακροτουριστικά υπομεγέθη και μάλιστα με σχετικά μεγάλο βαθμό υποομαδοποίησης.

Τα κυριότερα θέματα της μακροτουριστικής πολιτικής μπορούν να συνοψιστούν όπως πιο κάτω:

(α) Τα προβλήματα που σχετίζονται με τα μεγέθη των βασικών συνολικών πόρων της τουριστικής οικονομίας.

(β) Τα προβλήματα που σχετίζονται με την κατανομή των ανεπαρκών πόρων της τουριστικής οικονομίας μεταξύ συνολικής κατανάλωσης ή χρήσης και συνολικής επένδυσης.

(γ) Τα προβλήματα που σχετίζονται με το γενικό επίπεδο των τιμών της τουριστικής οικονομίας.

(δ) Τα προβλήματα που σχετίζονται με το γενικό επίπεδο των μισθών και ημερομισθίων της τουριστικής οικονομίας.

(ε) Τα προβλήματα που σχετίζονται με τον έλεγχο και τη ρύθμιση του γενικού επιπέδου της παραγωγικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας.

(στ) Τα προβλήματα που σχετίζονται με τον εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό.

4.3. Αλληλεξάρτηση της μικροτουριστικής και μακροτουριστικής οικονομικής και πολιτικής

Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, διαπιστώνεται ότι: (1) η μικροτουριστική οικονομική εξετάζει τη συμπεριφορά των αποομαδοποιημένων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή των μικροτουριστικών μεγεθών της, ενώ η μακροτουριστική οικονομική εξετάζει τη συμπεριφορά των ομαδοποιημένων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή των μακροτουριστικών μεγεθών της, (2) η μικροτουριστική πολιτική εξετάζει τη συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην οικονομική συμπεριφορά των αποομαδοποιημένων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, ενώ η μακροτουριστική πολιτική εξετάζει τη συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην οικονομική συμπεριφορά των ομαδοποιημέ-

νων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

Η διάκριση που γίνεται μεταξύ μικροτουριστικών και μακροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, εξαρτάται πάντα από τους σκοπούς ανάλυσης των ερευνητών ή των φορέων της τουριστικής πολιτικής και τις ανάγκες του βαθμού πληροφόρησης που επιδιώκεται εκ μέρους τους κάθε φορά σε ό,τι αφορά στην οικονομική συμπεριφορά των αποομαδοποιημένων και ομαδοποιημένων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

Στην ανάλυση της τουριστικής οικονομίας δεν υπάρχει διάσταση μεταξύ μικροτουριστικής και μακροτουριστικής μεθόδου ανάλυσης και αυτό γιατί η μια συμπληρώνει την άλλη. Τόσο οι αναλυτές της τουριστικής οικονομίας όσο και οι φορείς της τουριστικής πολιτικής, όταν θέλουν να κάνουν μια έρευνα ή να εξετάσουν ένα πρόβλημα που τους απασχολεί, εντοπίζουν το συγκεκριμένο αντικείμενο ερευνάς τους είτε σε μικροτουριστικό επίπεδο είτε σε μακροτουριστικό επίπεδο χωριστά, ανάλογα πάντα με το τί ακριβώς επιδιώκουν και τη φύση του αντικειμένου που πρόκειται να ερευνηθεί. Τις περισσότερες φορές όμως στην πράξη γίνεται συνδυασμός μικροτουριστικής - μακροτουριστικής οικονομικής, επειδή με αυτόν τον τρόπο πετυχαίνεται διερεύνηση σε βάθος της οικονομικής συμπεριφοράς των διάφορων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, καθώς επίσης η εξαγωγή συμπερασμάτων γενικής αποδοχής που συνήθως αντέχουν σε οποιαδήποτε καλόπιστη κριτική.

Είναι αλήθεια ότι ενώ με τη μικροτουριστική οικονομική αντιμετωπίζονται μεγάλες δυσκολίες στο να προβλεφτεί για παράδειγμα η οικονομική συμπεριφορά κάθε τουρίστα ή καθεμιάς τουριστικής επιχείρησης χωριστά, με τη μακροτουριστική οικονομική είναι δυνατό χωρίς πολλές δυσκολίες να προβλεφτεί για παράδειγμα η συνολική κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο που εκτός απρόοπτου αυξάνει κάθε χρόνο κατά μια ορισμένη γενική τάση, η οποία αν σημειωθεί μπορεί εύκολα να υπολογιστεί με βάση τη γενική ροπή των τουριστών για κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων.

Η μακροτουριστική οικονομική κατά συνέπεια βοηθά σημαντικά την τουριστική πολιτική τόσο στη χάραξη όσο και την εφαρμογή της. Παρ' όλα αυτά όμως υπάρχουν ορισμένοι οικονομολόγοι που υποστηρίζουν την άποψη ότι πρέπει πρώτα να προσδιοριστεί η οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών μεγεθών της

τουριστικής οικονομίας και κατόπιν να διερευνηθεί η οικονομική συμπεριφορά των μακροτουριστικών μεγεθών της. Έτσι λοιπόν κατά την άποψη αυτή για να μπορέσει να εκτιμηθεί η οικονομική συμπεριφορά ενός μακροτουριστικού μεγέθους της τουριστικής οικονομίας, πρέπει προηγουμένα να εξεταστεί η οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών μεγεθών της. Παρ' όλο ότι η μεθοδολογική αυτή προσέγγιση φαίνεται να έχει κάποια λογική βάση και συνέπεια, θα πρέπει να γίνει παραδεκτό ότι στην πράξη εφαρμόζεται κάπως δύσκολα, παρά το γεγονός ότι υπάρχει η δυνατότητα να γίνουν δειγματοληπτικές έρευνες για την εξακρίβωση της οικονομικής συμπεριφοράς των μικροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι βασική προϋπόθεση για τη λήψη ορθολογικών αποφάσεων από την πολιτική εξουσία, είναι η πλήρης και ακριβής κατανόηση τον μηχανισμού της οικονομικής συμπεριφοράς των μικροτουριστικών και μακροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας γενικά. Τόσο η μικροτουριστική όσο και η μακροτουριστική οικονομική με το να συμβάλουν αποφασιστικά στη διατύπωση αρχών και κανόνων που διέπουν την οικονομική συμπεριφορά των μικροτουριστικών και μακρο-τουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας, βοηθούν σε μεγάλο βαθμό το έργο της τουριστικής πολιτικής σε οποιοδήποτε επίπεδο εφαρμογής της, δηλαδή είτε σε μικροτουριστικό είτε σε μακροτουριστικό επίπεδο εφαρμογής.

5. Η σχέση μεταξύ οικονομικής και τουριστικής οικονομίας

Ένα θέμα που ενδιαφέρει άμεσα, είναι να διεκρινιστεί η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην οικονομική και την τουριστική οικονομία.

Είναι αλήθεια ότι δεν χρειάζεται να κοπιάσει κανείς για να διαπιστώσει ότι μεταξύ τους υπάρχει εξ αντικειμένου στενότερη σχέση και αυτό γιατί η τελευταία, δηλαδή η τουριστική οικονομία, αποτελεί, όπως ήδη ειπώθηκε, μέρος της οικονομικής πλην όμως με αυτοτελές γνωστικό αντικείμενο.

Η οικονομική, όπως είναι γνωστό, περιγράφει και αναλύει τους τρόπους με τους οποίους μια κοινωνία παίρνει αποφάσεις σχετικά με την παραγωγή, διάθεση και διανομή διάφορων υλικών και αυτών προϊόντων. Με άλλα λόγια η οικονομική ασχολείται με τις οικονομικές εκείνες σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσο-

νται μεταξύ των μελών του κοινωνικού συνόλου και που έχουν σαν σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών τους στο μέτρο πάντα του εφικτού.

Η τουριστική οικονομία, σύμφωνα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ασχολείται και αυτή με τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ των μελών του κοινωνικού συνόλου και συγκεκριμένα αποκλειστικά και μόνο με αυτές που τείνουν στην ικανοποίηση ορισμένων αναγκών ή επιθυμιών, για την ακρίβεια δε αυτών που χαρακτηρίζονται σαν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες.

Από την παράθεση των δυο ορισμών βγαίνει αβίαστα το συμπέρασμα ότι τόσο η οικονομική όσο και η τουριστική οικονομία ανήκουν στις κοινωνικές επιστήμες. Επίσης διαπιστώνεται ότι τόσο η μία όσο και η άλλη έχουν σαν αντικείμενο τις σχέσεις τις οικονομικές που φυσιολογικά δημιουργούνται και αναπτύσσονται από την ομαδική διαβίωση των ανθρώπων σε οργανωμένα κοινωνικά σύνολα με κρατική υπόσταση και μάλιστα αποκλειστικά με εκείνες που σκοπεύουν στην ικανοποίηση ανθρώπινων αναγκών ή επιθυμιών.

Άλλη σχέση που υπάρχει μεταξύ οικονομικής και τουριστικής οικονομίας είναι ότι η τελευταία αναμφίβολα αποτελεί αυτοτελή κλάδο οικονομικής δραστηριότητας που βασίζεται στις γενικές αρχές της πρώτης, δηλαδή της οικονομικής, από την οποία διαχωρίστηκε μεν άμεσα, αλλά εξακολουθεί να συνδέεται έμμεσα με αυτή. Επίσης υπάρχει στενή σχέση ανάμεσα στην οικονομική και την τουριστική οικονομία από το γεγονός ότι και οι δυο έχουν σαν αντικείμενο τη μελέτη και ανάλυση οικονομικών φαινομένων, που αναφέρονται στην οικονομική δραστηριότητα του ανθρώπου σαν μέλους ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση.

6. Η σχέση μεταξύ τουριστικής οικονομίας και άλλων επιστημονικών κλάδων

Αν και είναι αυτοτελές το γνωστικό αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας, σε καμιά περίπτωση δεν θα μπορούσε να αποσιωπηθεί ότι έχει και διεπιστημονικό χαρακτήρα, και αυτό γιατί σχετίζεται γνωσιολογικά και με διάφορους άλλους επιστημονικούς κλάδους οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι:

(α) Η κοινωνιολογία: ο τουρισμός από κοινωνιολογικής πλευράς αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο που εκδηλώνεται με την πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων

από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε κάποιον άλλο, με σκοπό την ικανοποίηση συγκεκριμένων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Στο πλαίσιο της τουριστικής μετακίνησης των ατόμων υπάρχουν πολλά και σημαντικά κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα ο ελεύθερος χρόνος, η κοινωνική διαστρωμάτωση, ο κοινωνικός ρόλος του τουρίστα κ.λ.π. Τα χαρακτηριστικά αυτά προσπαθεί να ερευνήσει και να αναλύσει η τουριστική κοινωνιολογία.

(β) Η ψυχολογία: το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, που είναι η έρευνα του εσωτερικού κόσμου του ανθρώπου και η κατανόηση της συμπεριφοράς του μέσα σε ένα ορισμένο κοινωνικό περιβάλλον, έχει εντελώς ιδιαίτερη σημασία και για την έρευνα και ανάλυση της τουριστικής συμπεριφοράς ανεξάρτητα αν αυτή αφορά στον τουρίστα σαν καταναλωτή ή χρήστη τουριστικών προϊόντων ή στις εργασιακές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων στην τουριστική βιομηχανία. Με την έρευνα και ανάλυση της τουριστικής συμπεριφοράς ασχολείται η τουριστική ψυχολογία.

(γ) Η ανθρωπολογία: ερευνά και αναλύει τις πρωτόγονες ανθρώπινες κοινωνίες και τα κοινωνικοπολιτικά συστήματα που είχαν αναπτύξει διάφοροι λαοί διαμέσου των αιώνων, καθώς επίσης ιστορικοφιλοσοφικές έννοιες που σχετίζονται με την εξουσία, τη θρησκεία και όλους τους πρωτογενείς κοινωνικούς θεσμούς των πρώτο προβλήματα της κοινωνικής ένταξης των λαών κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι αιώνων. Ας σημειωθεί ότι στις περισσότερες περιπτώσεις τα ανθρωπολογικά χαρακτηριστικά αλλά και τα ιστορικά, λαογραφικά και εθνολογικά παίζουν σημαντικό ρόλο στις χώρες προέλευσης τουριστών όσο και στις χώρες υποδοχής τους, ενώ συχνά αποτελούν κύριους παράγοντες καθορισμού του είδους της τουριστικής ανάπτυξης που κάθε χώρα επιλέγει να ακολουθήσει.

(δ) Η πολιτική επιστήμη: αναφέρεται στην πολιτική εξουσία και στο κράτος, καθώς επίσης στους επιμέρους θεσμούς του, γι' αυτό και ενδιαφέρει άμεσα τον τουρισμό σαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Ας μη παραγνωρίζεται το γεγονός ότι όλη η τουριστική δραστηριότητα και ανάπτυξη τόσο από πλευράς κράτους όσο και από πλευράς ιδιωτικής πρωτοβουλίας, περνά αναπόφευκτα μέσα από βασικούς πολιτικούς θεσμούς, όπως είναι για παράδειγμα το κοινοβούλιο, η κυβέρνηση, η δημόσια διοίκηση κ.λ.π. τα θεσμικά όργανα της πολιτείας που φέρουν την ευθύνη

και το κόστος ανάπτυξης όλων των οικονομικών ή μη οικονομικών δραστηριοτήτων μιας χώρας, μέσα από τις οποίες εξέχοντα ρόλο για κάποιες από αυτές παίζει η τουριστική ανάπτυξη. Ας σημειωθεί δε ότι η ορθολογιστική χάραξη και εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής από την πολιτική εξουσία μιας χώρας είναι πάρα πολύ σημαντική και αυτό γιατί η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει εκτός άλλων και σωστή πρόβλεψη, αλλά και υψηλής στάθμης προγραμματισμό.

(ε) Το δίκαιο: η όλη οργάνωση και λειτουργία του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, βασίζεται σε ένα νομοθετικό πλαίσιο που καλύπτει πολλούς και διάφορους υποκλάδους του δικαίου οι οποίοι έχουν οριοθετήσει και το πλαίσιο του τουριστικού δικαίου που με μια σειρά νομικών κανόνων καθορίζει και το όλο θέμα της τουριστικής ανάπτυξης. Όπως είναι γνωστό, η σύγχρονη τουριστική επιχείρηση στο επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολεί υπόκειται σε μια σειρά κανόνων της διοικητικής, φορολογικής, εργατικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας και νομολογίας, η χρήση των οποίων προσφέρει το απαραίτητο εκείνο πραγματολογικό νομικό υπόβαθρο για την πληρέστερη κατανόηση της λειτουργίας και δραστηριότητας των τουριστικών επιχειρήσεων.

(στ) Η οικολογία: έχει μια υπερβολικά μεγάλη σπουδαιότητα και ταυτόχρονα παγκοσμιότητα και αυτό γιατί η σημερινή εποχή κυριαρχείται σε όλα της τα επίπεδα από τα τεράστια επίπεδα από τα τεράστια προβλήματα που δημιουργούνται εξαιτίας της αλόγιστης χρήσης των δεδομένων του φυσικού περιβάλλοντος και τη συνακόλουθη επιβάρυνση της ανθρώπινης διαβίωσης σε όλο τον πλανήτη μας. Ειδικότερα ο κλάδος του τουρισμού είναι ιδιαίτερα ευπαθής στην οποιαδήποτε περιβαλλοντική ή οικολογική καταστροφή, αφού ο τουρίστας παρουσιάζει, όπως δείχνει η διεθνής πρακτική των τελευταίων χρόνων, μια ιδιαίτερη ευαισθησία στα θέματα αυτά. Με αυτήν την έννοια, ο τουρισμός δεν μπορεί να αγνοήσει τις επιπτώσεις πάνω στο φυσικό περιβάλλον είτε αυτές είναι γενικές και αφορούν σε όλο το πλαίσιο της κοινωνικής ζωής και σε αυτό που ονομάζεται ποιότητα ζωής είτε είναι ειδικές και αφορούν στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος εξαιτίας αυτής καθαυτής της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

7. Τα βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας

Όπως είναι γνωστό, όλες οι κοινωνίες ανεξάρτητα από τόπο, χρόνο και επίπεδο ανάπτυξης τους αντιμετωπίζουν το θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα και στην τουριστική οικονομία, που προκύπτει από δυο βασικές και απόλυτα συνδεδεμένες διαπιστώσεις:

(α) Τον πρακτικά απεριόριστο αριθμό των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων σε συνδυασμό με το πρόβλημα της ιεράρχησης τους.

(β) Τους περιορισμένους ή σπάνιους τουριστικούς πόρους που έχουν οι άνθρωποι στη διάθεση τους για να ικανοποιήσουν θεωρητικά τις απεριόριστες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους, σε σχέση πάντα με τη δυνατότητα που υπάρχει για εναλλακτική χρήση των πόρων αυτών.

Το πρόβλημα λοιπόν αυτό που αποτελεί άλλωστε και το λόγο ύπαρξης της τουριστικής οικονομίας, περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό ειδικότερων προβλημάτων, όπως είναι εκείνο της παραγωγής τουριστικών προϊόντων, του καθορισμού της τιμής διάθεσης τους, της απασχόλησης στις τουριστικές επιχειρήσεις κ.λ.π.

Τα βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας είναι τέσσερα και συγκεκριμένα:

(α) Το πρόβλημα της αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των περιορισμένων ή σπάνιων τουριστικών πόρων.

(β) Το πρόβλημα της διατήρησης της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας.

(γ) Το πρόβλημα της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης της τουριστικής οικονομίας και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυναμικότητας.

(δ) Το πρόβλημα της δίκαιης διανομής της τουριστικής παραγωγής ή του τουριστικού εισοδήματος.

Σε μια μικτή οικονομία τα πιο πάνω βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας αντιμετωπίζονται συνήθως με το μηχανισμό της τουριστικής αγοράς. Έτσι λοιπόν η επίτευξη της αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των περιορισμένων ή σπάνιων τουριστικών πόρων, η διατήρηση της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας, η ανάπτυξη ή μεγέθυνση της και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυναμικότητας, καθώς επίσης η δίκαιη διανομή της τουριστικής πα-

ραγωγής ή του τουριστικού εισοδήματος αφήνονται στο μηχανισμό της τουριστικής αγοράς. Πέρα από αυτό όμως στις μικτές οικονομίες, οι κυριότερες αποφάσεις στην τουριστική οικονομία παίρνονται, όπως είναι γνωστό, διαμέσου του μηχανισμού των τιμών που λειτουργεί στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά. Εξαιτίας αυτού η τουριστική αγορά κατευθύνει, ρυθμίζει και συντονίζει τις διάφορες αποφάσεις που παίρνουν καθημερινά οι δυο βασικές αυτοτελείς οικονομικές μονάδες της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή οι τουριστικές επιχειρήσεις από τη μια πλευρά και από την άλλη οι τουρίστες. Κατά συνέπεια ο ρόλος που διαδραματίζει το κράτος στις τουριστικές οικονομίες του οικονομικού συστήματος για το οποίο ο λόγος είναι συμπληρωματικός εκείνου της τουριστικής αγοράς, δηλαδή του μηχανισμού των τιμών.

Στις ελεγχόμενες οικονομίες, που είναι γνωστές σαν κεντρικά προγραμματισμένες ή σοσιαλιστικές, οι κυριότερες αποφάσεις στην τουριστική οικονομία παίρνονται από το κράτος ή μια κεντρική αρχή και όχι διαμέσου του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς. Εξαιτίας αυτού το κράτος και όχι η τουριστική αγορά κατευθύνει και συντονίζει τις διάφορες αποφάσεις που παίρνουν καθημερινά οι δυο βασικές αυτοτελείς οικονομικές μονάδες της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι τουρίστες. Κατά συνέπεια ο ρόλος του κράτους στις τουριστικές οικονομίες του οικονομικού συστήματος για το οποίο ο λόγος είναι κυριαρχικός, ενώ ο ρόλος της τουριστικής αγοράς είναι συμπληρωματικός.

Όπως έχει αποδειχτεί στην πράξη, ο μηχανισμός της τουριστικής αγοράς κάθε άλλο παρά λύνει ικανοποιητικά τα βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και τούτο γιατί αυτός παρουσιάζει ορισμένες ατέλειες ή αδυναμίες.

Επειδή ακριβώς ο μηχανισμός της τουριστικής αγοράς παρουσιάζει μια σειρά από αδυναμίες και ατέλειες, το σύγχρονο κράτος επεμβαίνει εσκεμμένα ρυθμιστικά για να τις διορθώσει ή να τις θεραπεύσει στο μέτρο του εφικτού, ώστε να αποτραπούν ανεπιθύμητες εξελίξεις στην τουριστική οικονομία που πιθανό να έχουν αρνητικές επιδράσεις και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, σε τελευταία δε ανάλυση και σε αυτήν ακόμα την οικονομία. Η εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην τουριστική οικονομία γίνεται με την τουριστική πολιτική, που αποβλέπει, όπως ήδη ειπώθηκε, στη διόρθωση ή θεραπεία στο μέτρο του εφικτού των ατελειών ή αδυναμιών αυτών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς. Έτσι

λοισόν μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική πολιτική προσπαθεί να δώσει λύση στα βασικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και συγκεκριμένα:

(α) Στο πρόβλημα της αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των διαθέσιμων τουριστικών πόρων στις διάφορες εναλλακτικές τους χρήσεις.

(β) Στο πρόβλημα της διατήρησης της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας.

(γ) Στο πρόβλημα της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης της τουριστικής οικονομίας και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυναμικότητας.

(δ) Στο πρόβλημα της δίκαιης διανομής της τουριστικής παραγωγής ή του τουριστικού εισοδήματος.

Από τη συνοπτική ανάλυση που προηγήθηκε γίνεται ολοφάνερο ότι η εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση του κράτους στην ελεύθερη λειτουργία του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς, αποβλέπει αποκλειστικά και μόνο στη διόρθωση ή θεραπεία στο μέτρο του εφικτού των ατελειών ή αδυναμιών του και κατ' επέκταση στην άρση ή αποτροπή ανεπιθύμητων εξελίξεων στην τουριστική οικονομία.

8. Οι κύριοι σκοποί και οι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής οικονομίας

Η τουριστική οικονομία ασχολείται με την επίτευξη μίας άριστης απόδοσης από τη χρησιμοποίηση των τουριστικών πόρων που όπως είναι γνωστό, βρίσκονται σε ανεπάρκεια. Είτε πρόκειται για ένα μεμονωμένο άτομο που επιδιώκει ψυχολογικά ωφέληματα από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είτε για μια επιχείρηση που ενδιαφέρεται στο να παρέχει τουριστικά αγαθά και τουριστικές υπηρεσίες αντί κάποιου επιθυμητού κέρδους είτε για την κυβέρνηση μιας χώρας υποδοχής τουριστών που βλέπει τον τουρισμό σαν μια σημαντική πηγή οικονομικών ωφελημάτων εξαιτίας των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουρίστες, η βασική αυτή αρχή της τουριστικής οικονομίας δεν αλλάζει. Οι παράγοντες της τουριστικής προσφοράς επιδιώκουν στο μέτρο του εφικτού να ικανοποιήσουν τις ψυχολογικές ή φυσικές ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών. Το πρόβλημα το οποίο η τουριστική οικονομία επιχειρεί να επιλύσει είναι πώς αυτοί οι ανεπαρκείς τουριστικοί πόροι πρέπει να κατα-

νεμηθούν, ώστε να ικανοποιηθούν διάφορες τουριστικές ανάγκες ή ανεκπλήρωτες τουριστικές επιθυμίες ανθρώπων.

8.1. Οι κύριοι σκοποί της τουριστικής οικονομίας

Τρεις είναι τουλάχιστον οι κύριοι σκοποί που προσπαθεί να πετύχει η τουριστική οικονομία και συγκεκριμένα οι πιο κάτω:

(1) Να μεγιστοποιήσει ποσοτικά και ποιοτικά την ψυχολογική εμπειρία που αποκομίζουν οι τουρίστες στη χώρα υποδοχής τους.

(2) Να μεγιστοποιήσει τα κέρδη των επιχειρήσεων και κυρίως των τουριστικών που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες στους τουρίστες για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

(3) Να μεγιστοποιήσει τις πρωτογενείς και δευτερογενείς επιδράσεις των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε μια κοινότητα, ένα δήμο, μια περιοχή και γενικότερα στην ίδια τη χώρα που επισκέπτονται.

Οι πιο πάνω σκοποί της τουριστικής οικονομίας είναι συχνά συμβιβάσιμοι. Η μεγιστοποίηση της ψυχολογικής εμπειρίας δημιουργεί χαρούμενους τουρίστες που τους κάνει να επιστρέφουν στη χώρα υποδοχής τους, να ξοδεύουν χρήματα και να κάνουν καθένα στην τουριστική βιομηχανία και στην τουριστική περιοχή που επισκέπτονται να αισθάνεται από οικονομικής άποψης ικανοποιημένος. Σε ορισμένες όμως περιπτώσεις οι σκοποί αυτοί μπορεί επίσης να είναι ασυμβίβαστοι. Έτσι λοιπόν ένας βραχυχρόνιος σκοπός μεγιστοποίησης κερδών μπορεί να προκαλέσει μια καθ' υπέρβαση επέκταση των τουριστικών και λοιπών εγκαταστάσεων στον τουριστικό προορισμό και να οδηγήσει σε μια υπέρμετρη χρήση της και κατ' επέκταση σε μια ελάττωση της ψυχικής ευχαρίστησης των τουριστών. Το ίδιο αποτέλεσμα μπορεί να έχει μια υπερβολική έμφαση στον τουρισμό σαν ένα ουσιαστικό στοιχείο στην οικονομική ανάπτυξη και εξέλιξη μιας χώρας. Επίσης μπορεί να υπάρξουν έντονες διχογνωμίες σε ό,τι αφορά στη χρησιμοποίηση των περιορισμένων πόρων για τουριστική ανάπτυξη ή για την ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.

8.2. Οι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής οικονομίας

Ας υποτεθεί ότι είναι επιθυμητό να υπάρχουν απεριόριστες ποσότητες ψυ-

χολογικής ευχαρίστησης, κερδών και τοπικών επιδράσεων. Αυτό όμως κάθε άλλο παρά δυνατό είναι, μια, και πάντα κάτι παρουσιάζεται σαν εμπόδιο. Ο τουρισμός με το να είναι εξαιρετικά ευρύς και ποικίλος σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, υπόκειται σε πολλούς περιορισμούς. Για να μπορεί όμως κανείς να κάνει μια ανάλυση των σχέσεων και αλληλεξαρτήσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται σε αυτόν είναι απαραίτητο οι περιορισμοί αυτοί να ταξινομηθούν προηγουμένα όπως πιο κάτω:

(1) Περιορισμοί στην τουριστική ζήτηση: κάθε εμπορικός οίκος που προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες σε τουρίστες, περιορίζεται σε ό,τι αφορά στην παραγωγική του δραστηριότητα από τη ζήτηση που δημιουργείται κάθε φορά από την πελατεία του. Αυτή με τη σειρά της πάλι συνδέεται με την ποσότητα που μπορεί να αγοραστεί σε ορισμένη τιμή με την υλική ευημερία που υπάρχει, καθώς επίσης με το εισόδημα των αγοραστών.

(2) Περιορισμοί στην τουριστική προσφορά; Ενδεχόμενα ένας από τους σημαντικότερους περιορισμούς που αντιμετωπίζει η τουριστική βιομηχανία στο σύνολο της είναι η περιορισμένη ποσότητα των διαθέσιμων τουριστικών πόρων και κυρίως των φυσικών. Αυτό μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί αν εξεταστεί η γεωγραφική κατανομή περιοχών σε παγκόσμια κλίμακα. Έτσι λοιπόν μερικές τουριστικές περιοχές αποτελούν απλούστατα ισχυρότερους πόλους έλξης τουριστών από άλλες.

(3) Τεχνικοί και περιβαλλοντικοί περιορισμοί: αυτοί συνήθως σχετίζονται με μια συγκεκριμένη τουριστική περιοχή ή κατάσταση που επικρατεί σε αυτή, συνεπάγονται δε τέτοια θέματα, όπως είναι η σχέση μεταξύ των αποβλήτων των υπονόμων και της μόλυνσης του φυσικού περιβάλλοντος, των ανθρώπων που περπατούν μέσα σε ένα βιότοπο και των ζημιών που προκαλούνται εκ μέρους τους, των κατασκευαστικών εγκαταστάσεων σε μια περιοχή και της υποβάθμισης του χώρου, της αυθαίρετης δόμησης και της αρχιτεκτονικής ρύπανσης και άλλα.

(4) Χρονικοί, περιορισμοί: ο ελεύθερος χρόνος για τουρισμό που έχει στη διάθεση του κάθε τουρίστας θέτει αυτόματα περιορισμούς στο τι μπορεί να κάνει αυτός. Αλλά και η σχετικά μικρή χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου επηρεάζει αρνητικά την παραγωγική δραστηριότητα της τουριστικής επιχείρησης και κατ' επέκταση τη δυνατότητα της να πραγματοποιήσει περισσότερα κέρδη. Επίσης επηρεάζει

αρνητικά την εισροή τουριστικού συναλλάγματος και χρηματικών πόρων στην οικονομία του τόπου διαμονής των τουριστικών και κατ' επέκταση στην οικονομία της χώρας υποδοχής τους.

(5) Νομικοί περιορισμοί: υπάρχουν μερικοί τύποι νομικών περιορισμών που επηρεάζουν τον τουρισμό. Τέτοιου είδους περιορισμοί είναι για παράδειγμα νόμοι που αναφέρονται σε διάφορα περιβαλλοντικά προ-βλήματα, σε κατασκευαστικές δραστηριότητες, σε όρους δόμησης, σε διατυπώσεις εισόδου - εξόδου τουριστών, σε καθορισμό τουριστικών ζωνών ανάπτυξης ή ελεγχόμενης ανάπτυξης και άλλοι.

(6) Περιορισμοί που αυτοεπιβάλλονται: οι περιορισμοί αυτού του τύπου προκύπτουν από την ανάγκη εναρμόνισης συγκρουόμενων στόχων. Οι συγκρουόμενοι στόχοι μπορούν να προκύψουν μέσα σε μια τουριστική επιχείρηση ή μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων ή κρατικών υπηρεσιών κ.λ.π. που επιδιώκουν να αναπτύξουν τουριστικά μια συγκεκριμένη περιοχή.

(7) Περιορισμοί λόγω ανεπαρκών γνώσεων: πολλές δραστηριότητες επιχειρηματιών στον τουρισμό είναι περιορισμένες εξ αιτίας του γεγονότος ότι έχουν έλλειψη επαρκών γενικών και ειδικών γνώσεων γύρω από συγκεκριμένες καταστάσεις που δημιουργούνται και που είναι συνυφασμένες με την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων, στους οποίους όμως μόνο μέχρι κάποιου ορίου είναι διατεθειμένοι να εκτεθούν. Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και με τις κυβερνητικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στον τουρισμό, όταν οι γνώσεις που υπάρχουν για την αντιμετώπιση παρόμοιων καταστάσεων που δημιουργούνται είναι ελλείψεις.

(8) Περιορισμοί λόγω ανεπάρκειας πόρων: όρια δεν υπάρχουν μόνο στους φυσικούς τουριστικούς πόρους αλλά και στους μη φυσικούς στους οποίους, όπως είναι γνωστό, βασίζεται η παραγωγική δραστηριότητα της τουριστικής βιομηχανίας. Τέτοιοι πόροι είναι για παράδειγμα το χρηματικό κεφάλαιο, το στελεχειακό δυναμικό, το ειδικευμένο προσωπικό, τα καταλύματα, τα μεταφορικά μέσα και άλλα. Τα όρια που υπάρχουν στους φυσικούς και μη φυσικούς τουριστικούς πόρους περιορίζουν, όπως είναι επόμενο, ποσοτικά τουλάχιστον την παροχή προϊόντων που ικανοποιούν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, την επωφελή εκμετάλλευση προσοδοφόρων ευκαιριών που παρουσιάζονται στην τουριστική αγορά και την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής.

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι εκτός από τους πιο πάνω περιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής παραγωγής και κατ' επέκταση της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, υπάρχουν και άλλοι που όμως δεν είναι και τόσο σημαντικοί. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να επιωθεί ότι πολλές φορές συμβαίνει αυτοί οι διάφοροι μεμονωμένοι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής παραγωγής, που αποτελούν τροχοπέδη στην επίτευξη των στόχων μιας τουριστικής οικονομίας, ασκούν αρνητική αλληλεπίδραση μεταξύ τους, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σύνθετοι περιορισμοί σε ορισμένες δραστηριότητες της τουριστικής οικονομίας.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2^ο

ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

1. Ο τουρισμός

Ο τουρισμός εμφανίζεται, όπως είναι γνωστό, με διάφορες μορφές, γι' αυτό και ένας ακριβής ορισμός του είναι μια δύσκολη δουλειά αν όχι αδύνατη. Παρ' όλα αυτά όμως ένα σαφέστερο εννοιολογικό περιεχόμενο και ένας ακριβέστερος ορισμός του τουρισμού απαιτούνται για διάφορους σκοπούς, οι σημαντικότεροι από τους οποίους συνοψίζονται αμέσως πιο κάτω:

(α) Για μελετητικούς σκοπούς: για να μπορέσει να εξεταστεί το τουριστικό φαινόμενο συστηματικά, είναι απαραίτητο να οριστεί προηγουμένα τι ακριβώς καλύπτει αυτό.

(β) Για στατιστικούς σκοπούς: για να μπορέσει να μετρηθεί το τουριστικό φαινόμενο πρέπει προηγουμένα να οριστεί αυτό με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ακρίβεια γίνεται. Στην πράξη, οι διαθέσιμες τεχνικές για τη μέτρηση του τουριστικού φαινομένου συχνά προσδιορίζουν τι είναι δυνατό να μετρηθεί και στη συνέχεια τείνουν να ορίσουν τον τουρισμό για συγκεκριμένους σκοπούς.

Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να δοθεί ένας όσο το δυνατό ακριβέστερος ορισμός του τουρισμού ήταν αυτή των καθηγητών Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης, που στη συνέχεια υιοθετήθηκε και από τη Διεθνή Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομώνων Τουρισμού. Αυτοί είχαν εκφράσει την άποψη ότι ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέ-

σεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμιά κερδοσκοπική δραστηριότητα. Ο ορισμός αυτός βοηθά να διακρίνει κανείς τον τουρισμό από την αποδημία, αλλά κάνει την υπόθεση ότι πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει τόσο το ταξίδι όσο και τη διαμονή, αποκλείοντας έτσι τελείως τις ημερήσιες περιηγήσεις, δηλαδή τις εκδρομές. Επίσης φαίνεται να μην περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια που συνδέονται με μια κερδοσκοπική δραστηριότητα, ακόμα και αν το εισόδημα αυτό δεν κερδίζεται στη χώρα τουριστικού προορισμού. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι κάθε άλλο παρά εύκολο είναι να διακρίνει κανείς ένα επαγγελματικό ταξίδι από ένα ταξίδι αναψυχής, αφού τόσα πολλά ταξίδια αποτελούν συνδυασμό και των δυο.

Με το πέρασμα του χρόνου η βασική έννοια του τουρισμού διευρύνθηκε για να συμπεριλάβει διάφορες μορφές επαγγελματικών ταξιδιών, γιατί εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή ή σε αμειβόμενη απασχόληση στον τουριστικό προορισμό που πραγματοποιείται η επίσκεψη, η οικονομική τους σημασία είναι η ίδια.

Από τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά, συγκεκριμένα δε τα πιο κάτω:

(α) Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα της μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και τη διαμονή τους σε αυτούς με σκοπό τη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

(β) Οι διάφορες μορφές τουρισμού, όποιες και αν είναι αυτές, περιέχουν απαραίτητα δυο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτό με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.

(γ) Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.

(δ) Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεση τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες μέρες, εβδομάδες ή μήνες.

(ε) Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους.

Ο τουρισμός, σε όλες χωρίς εξαίρεση τις μορφές του, αποτελεί δραστηριότητα, η ανάπτυξη της οποίας προϋποθέτει απαραίτητα την ύπαρξη χρηματικών πόρων και ελεύθερου χρόνου. Με άλλα λόγια χωρίς χρήματα και ελεύθερο χρόνο δεν γίνεται τουρισμός. Ακόμα θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο κύριος σκοπός της συμμετοχής των ανθρώπων στον τουρισμό είναι η ξεκούραση, η ψυχαγωγία, η διασκέδαση και η ξενοιασιά από τις σκοτούρες που δημιουργούν τα προβλήματα της ζωής. Αυτό όμως σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί αιτία για να περιορίσει κανείς ολόκληρο το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού προς αυτήν την κατεύθυνση. Αντίθετα τα βασικά χαρακτηριστικά του μπορούν να ερμηνευτούν κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να διευρυνθεί σημαντικά το εννοιολογικό του περιεχόμενο, κατ' επέκταση δε και το αντικείμενο του. Ο τουρισμός συμβολίζει πρόσκαιρα και βραχυχρόνια μετακινούμενους ανθρώπους που είναι, με ορισμένες εξαιρέσεις, ξένοι στους διάφορους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται και που αντιπροσωπεύουν ένα στοιχείο που ξεχωρίζει λίγο-πολύ εύκολα από τους ντόπιους πληθυσμούς. Όλες χωρίς εξαίρεση οι μορφές τουρισμού περιλαμβάνουν κάποιο ταξίδι. Όλα τα ταξίδια όμως δεν αποτελούν τουρισμό. Ο πρόσκαιρος βραχυχρόνιος χαρακτήρας του τουρισμού τον κάνει να ξεχωρίζει από την αποδημία που, όπως είναι γνωστό, αντιπροσωπεύει μια μετακίνηση ανθρώπων που αποβλέπουν να εγκατασταθούν μόνιμα σε έναν προορισμό της επιλογής τους. Ο τουρισμός διαφέρει επίσης από τις εποχιακές και προσωρινές μετακινήσεις εργατικού δυναμικού από τους τόπους της μόνιμης διαμονής του σε τουριστικούς προορισμούς, όπου υπάρχει ζήτηση του. Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι στον τουρισμό ένα μέρος των χρημάτων που κερδίζονται από ένα άτομο στον τόπο της μόνιμης διαμονής του, ξοδεύονται εκ μέρους του τόσο στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτεται όσο και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του προς αυτούς και αντίστροφα.

Οποιαδήποτε προσπάθεια να οριστεί με ακρίβεια ο τουρισμός και να περιγραφεί με σαφήνεια το εννοιολογικό του περιεχόμενο θα αποτύχει, αν δεν ληφθούν υπόψη οι διάφορες ομάδες που συμμετέχουν στην τουριστική βιομηχανία και επηρε-

άζονται από αυτήν. Οι απόψεις τους είναι οπωσδήποτε ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου και περιεκτικού ορισμού του τουρισμού.

Τέσσερις διαφορετικές απόψεις του τουρισμού μπορούν να εξακριβωθούν.

Αυτές οι είναι:

(α) Ο τουρίστας : επιδιώκει διάφορες φυσικές και ψυχικές εμπειρίες και ικανοποιήσεις. Η φύση τους θα καθορίσει κατά ένα μεγάλο μέρος τους τουριστικούς προορισμούς που θα διαλέξει να επισκεφτεί και τις τουριστικές δραστηριότητες που θα απολαύσει και θα χαρεί.

(β) Η τουριστική επιχείρηση: βλέπει τον τουρισμό σαν μια ευκαιρία να πραγματοποιήσει κάποιο επιθυμητό κέρδος με το να εφοδιάζει την τουριστική αγορά με αγαθά και υπηρεσίες που ζητούν οι τουρίστες για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

(γ) Ο τόπος φιλοξενίας: βλέπει τον τουρισμό κυρίως σαν πολιτιστικό παράγοντα, σαν παράγοντα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, σαν παράγοντα πραγματοποίησης εσόδων και γενικότερα σαν παράγοντα οικονομικής ευημερίας και προόδου. Ταυτόχρονα όμως προβληματίζεται λίγο - πολύ για τις αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός σε αυτόν και γενικότερα στο φυσικό του περιβάλλον.

(δ) Η διοίκηση του τόπου φιλοξενίας: βλέπει τον τουρισμό σαν παράγοντα ανάπτυξης ή μεγέθυνσης της οικονομίας της περιοχής της δικαιοδοσίας της, χωρίς όμως να παραβλέπει και τις αρνητικές του επιδράσεις οποιεσδήποτε και αν είναι αυτές και ανεξάρτητα από το αν αυτές είναι άμεσες ή έμμεσες.

Κατά συνέπεια ο τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τόπων φιλοξενίας και διοικήσεων τόπων φιλοξενίας στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών, δηλαδή τουριστών και εκδρομέων.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, αγαθών, υπηρεσιών και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία ή ταξιδιωτική, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιον

τουριστικό προορισμό της επιλογής τους, ενδεχόμενα δε και σε περισσότερους από ένα, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κ.λ.π. Με άλλα λόγια ο τουρισμός συμπεριλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων (υλικών και αυτών, δηλαδή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών), αλλά και εκείνους που δεν μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι, πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο - πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους σε έναν τουριστικό προορισμό ή ακόμα και κατά τη μετακίνηση τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα. Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι τουρισμός είναι ολόκληρος ο κόσμος της τουριστικής βιομηχανίας ή ταξιδιωτικής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, δηλαδή των ταξιδιών, των καταλυμάτων, των μεταφορικών μέσων και γενικότερα όλων των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών. Ακόμα θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια ενός κράτους ή μιας διοικητικής του υποδιαίρεσης.

Αν λάβει κανείς υπόψη του τις πολυδιάστατες απόψεις του τουρισμού και τις αλληλεπιδράσεις του με άλλες δραστηριότητες, μπορεί να καταλάβει γιατί είναι δύσκολο να βρεθεί ένας πολυσημαντος ορισμός του που να γίνει γενικά αποδεκτός. Καθένας από τους πολλούς και διάφορους ορισμούς που έχουν κατά καιρούς δοθεί στον τουρισμό, στοχεύει να εξυπηρετήσει μια ειδική περίπτωση και να λύσει ένα επείγον πρόβλημα. Ας σημειωθεί δε ότι η έλλειψη γενικά αποδεκτών ορισμών του τουρισμού έχει εμποδίσει μεταξύ άλλων και τη μελέτη του σαν κλάδου γνώσης.

2. Ο τουρίστας

Ο παράγοντας «άνθρωπος» αποτελεί την ουσιαστική βάση της τουριστικής οικονομίας, γιατί σε αυτόν γεννιούνται οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και γιατί αυτός με τη βοήθεια της τουριστικής οικονομίας προσπαθεί να τις ικανοποιήσει στο μέτρο του εφικτού. Προϋπόθεση όμως για την ύπαρξη της τουριστικής οικονομίας είναι και η ύπαρξη ενός σεβαστού αριθμού ανθρώπων, που έχουν λίγο - πολύ τις ίδιες

τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και που επιδιώκουν διαχρονικά να τις ικανοποιήσουν. Αυτούς ακριβώς τους ανθρώπους χαρακτηρίζει κανείς σαν τουρίστες.

Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω προκύπτει ότι οι τουρίστες αποτελούν ένα στοιχείο που διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην όλη προσπάθεια ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, γι' αυτό και η εξέταση του κρίνεται αναγκαία στο πλαίσιο της. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται μια χώρα, τόσο μεγαλύτερη είναι η προοπτική για αύξηση και της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και της κατανάλωσης ή χρήσης τους αντίστοιχα.

Πρώτα απ' όλα λοιπόν θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι τουρίστες δεν είναι όλοι οι άνθρωποι που έχουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, αλλά μόνο εκείνοι που θέλουν να τις ικανοποιήσουν και μπορούν να τις ικανοποιήσουν, δηλαδή αυτοί που διαθέτουν τα απαραίτητα μέσα για να τις ικανοποιήσουν. Κατά συνέπεια ένας άνθρωπος δεν μπορεί να χαρακτηριστεί σαν τουρίστας πριν αρχίσει τη διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών του αναγκών ή επιθυμιών.

Το 1937 η Επιτροπή Στατιστικών Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στα κράτη - μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία διαμένει μόνιμα. Ο ορισμός αυτός περιελάμβανε στους τουρίστες τα εξής άτομα:

(α) Αυτά που ταξιδεύουν για ευχαρίστηση, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας και άλλους παρόμοιους.

(β) Αυτά που ταξιδεύουν για να πάρουν μέρος σε διάφορες συναντήσεις ή με οποιουδήποτε είδους αντιπροσωπευτική ιδιότητα.

(γ) Αυτά που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους.

(δ) Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα, όταν το κρουαζιερόπλοιο με το οποίο ταξιδεύουν προσεγγίσει κάποιο λιμάνι της, ακόμα και αν το χρονικό διάστημα της παραμονής τους σε αυτήν είναι μικρότερο από ένα 24ωρο.

Αντίθετα δεν περιελάμβανε ο ορισμός αυτός στους τουρίστες τα εξής άτομα:

(α) Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα με ή χωρίς συμβόλαιο εργασίας για να ασκήσουν κάποιο επάγγελμα ή για να αναπτύξουν κάποια επιχειρηματική δραστη-

ριότητα.

(β) Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα για να εγκατασταθούν μόνιμα σ' αυτήν.

(γ) Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα για να φοιτήσουν σε εκπαιδευτικά ιδρύματα όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης.

(δ) Αυτά που κατοικούν σε παραμεθόριες και άλλες περιοχές μιας χώρας και εργάζονται σε μια γειτονική χώρα.

(ε) Αυτά που έχουν την ιδιότητα του ταξιδιώτη και περνούν μέσα από μια χώρα χωρίς να σταματήσουν καθόλου, ακόμα και αν η διάρκεια του ταξιδιού μέσα από τη χώρα αυτή είναι μεγαλύτερη από ένα 24ωρο.

Ο ορισμός του τουρίστα της Επιτροπής των Στατιστικών Εμπειρογνομών της Κοινωνίας των Εθνών παρουσίαζε ορισμένες αδυναμίες. Η κυριότερη από αυτές είναι ότι παράβλεπε τελείως τη μετακίνηση των ντόπιων τουριστών μέσα στην επικράτεια της χώρας τους.

Αργότερα και συγκεκριμένα το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, έλαβε υπόψη τις εισηγήσεις που υπέβαλε η Διεθνής Ένωση Επίσημων Τουριστικών Οργανισμών και συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει οποιοδήποτε άτομο επισκέπτεται μια χώρα, άλλη από εκείνη στην οποία διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε σκοπό, εκτός από εκείνον της άσκησης ενός επαγγέλματος το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δυο κατηγορίες επισκεπτών και συγκεκριμένα τις πιο κάτω:

(α) Τους τουρίστες, δηλαδή τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα προσωρινά και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο και των οποίων οι σκοποί της επίσκεψης είναι κατά κύριο λόγο: διακοπές, επαγγελματικοί, υγεία, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή συνάντηση ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και αθλητισμός. Επίσης σαν τουρίστες υπολογίζονται αλλοδαπά μέλη πληρωμάτων αεροπλάνων ή πλοίων ελιμενισμένων που κάνουν χρήση καταλυμάτων της χώρας που επισκέπτονται.

(β) Τους εκδρομείς, δηλαδή αυτούς που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο και στους οποίους συμπεριλαμβάνονται οι

επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια ημέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν και τα πληρώματα που δεν είναι κάτοικοι της χώρας που επισκέπτονται και που μένουν σε αυτήν ολόκληρη την ημέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν.

Δεν καλύπτει όμως ο ορισμός αυτός εννιά κατηγορίες ταξιδιωτών και συγκεκριμένα τις εξής:

(1) Τους μεθοριακούς εργάτες που απασχολούνται σε γειτονικές χώρες πλην όμως δεν διαμένουν σε αυτές.

(2) Τους επιβάτες τράνσιτ που δεν εγκαταλείπουν την τράνσιτ περιοχή.

(3) Τους νομάδες που δεν έχουν μόνιμη διαμονή.

(4) Τους πρόσφυγες που αναγκάζονται να εκπατριστούν.

(5) Τους στρατιωτικούς όταν ταξιδεύουν από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα που σταθμεύει η υπηρεσία τους και αντίστροφα.

(6) Τις προξενικές αντιπροσωπείες όταν ταξιδεύουν από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα που σταθμεύει η υπηρεσία τους και αντίστροφα.

(7) Τους διπλωμάτες όταν ταξιδεύουν από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα που είναι διαπιστευμένοι και αντίστροφα.

(8) Τους προσωρινούς μετανάστες.

(9) Τους μόνιμους μετανάστες.

Για μία ακόμα φορά ο ορισμός αυτός γίνεται υπερβολικά περιοριστικός εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη του τον εσωτερικό τουρισμό και κατ' επέκτασή τον τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό.

Παρά το γεγονός ότι στην Παγκόσμια Διάσκεψη για τον Τουρισμό, που συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και πραγματοποιήθηκε στη Μανίλα των Φιλιππίνων από 27 Σεπτέμβρη μέχρι 10 Οκτώβρη 1980, το θέμα του ορισμού του εσωτερικού τουρισμού τέθηκε επίσημα από την ινδική αντιπροσωπεία, μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει τίποτα από πλευράς Π.Ο.Τ. Μερικές όμως χώρες προσπάθησαν να δώσουν έναν κατάλληλο ορισμό του ντόπιου τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό. Έτσι λοιπόν η Εθνική Αναθεωρητική Επιτροπή Τουριστικών Πόρων όρισε σαν τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό οποιοδήποτε άτομο φεύγει από το σπίτι του με σκοπό να επισκεφτεί κάποιο μέρος που απέχει τουλάχιστον 50 μί-

λια από αυτό (80,48 χιλιόμετρα) για επαγγελματικούς λόγους, για ευχαρίστηση, για προσωπικές υποθέσεις ή για οποιοδήποτε άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της καθημερινής μετάβασης του με δημόσιο ή ιδιωτικό μεταφορικό μέσο στον τόπο της εργασίας του και αντίστροφα. Για έναν ντόπιο τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό δεν είναι απαραίτητο να παραμείνει στον τόπο που επισκέπτεται τουλάχιστον για ένα 24ωρο, που σημαίνει ότι μπορεί αν θέλει να διανυκτερεύσει εκεί ή αν δεν το επιθυμεί να επιστρέψει αυθημερόν σπίτι του. Ενδιαφέρον έχει επίσης ο καναδικός ορισμός του εσωτερικού ορισμού. Σύμφωνα με αυτόν, εσωτερικό τουρισμό θεωρείται ότι κάνει ένα άτομο όταν ταξιδεύει τουλάχιστον 25 μίλια (40,24 χιλιόμετρα) πέρα από τα όρια της κοινωνίας στην οποία ζει.

Συμπερασματικά θα πρέπει να επωφθί ότι ένας ακριβής ορισμός τον τουρίστα κάθε άλλο παρά εύκολη δουλειά είναι. Αυτό όμως σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να εγκαταλειφθεί η προσπάθεια να βρεθεί ένας κοινής αποδοχής πληρέστερος ορισμός του τουρίστα τόσο του ξένου, δηλαδή αυτού που κάνει διεθνή τουρισμό, όσο και του ντόπιου, δηλαδή αυτού που κάνει εσωτερικό τουρισμό.

3. Οι τουριστικές επιχειρήσεις

Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι παραγωγικές μονάδες με νομική ή χωρίς νομική προσωπικότητα, στις οποίες ένα ή περισσότερα άτομα παίρνουν αποφάσεις σχετικά με την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Με τις αποφάσεις αυτές των τουριστικών επιχειρήσεων προσδιορίζεται τι τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν εκ μέρους τους, σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες, με ποια παραγωγική διαδικασία, σε τι τιμή θα πουληθούν, σε ποιο μέρος θα εγκατασταθεί η τουριστική επιχείρηση και διάφορα άλλα μικρότερης σημασίας προβλήματα της τουριστικής επιχείρησης.

Όπως κάθε επιχείρηση, έτσι και η τουριστική επιχείρηση έχει σαν σκοπό και οδηγό στις διάφορες αποφάσεις που παίρνει τη μεγιστοποίηση των κέρδους που επιδιώκει, δηλαδή την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους, και αυτό γιατί όσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος που πραγματοποιεί αυτή, τόσο πιο βέβαια θα είναι η επιβίωση και η ανάπτυξη της σε μακροχρόνια προοπτική.

Στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις, που δεν αντιμετωπίζουν οικονομικά

προβλήματα και που απασχολούν μεγάλο αριθμό προσωπικού, η προσπάθεια για τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους όχι μόνο ολοφάνερη είναι αλλά και προγραμματισμένη. Σε μικρές όμως τουριστικές επιχειρήσεις η προσπάθεια για τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους κάθε άλλο παρά συνειδητή είναι ή φανερή. Παρά τις εξαιρέσεις που μπορούν να υπάρχουν, ο κανόνας δεν παύει να ισχύει: οι τουριστικές επινοήσεις, ανεξάρτητοι από οικονομική κατάσταση, οργάνωση, μέγεθος κλπ. επιδιώκουν με κάθε τρόπο και με όλα τα μέσα που έχουν στη διάθεση τους να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους, οι δε αποφάσεις που παίρνουν βασίζονται σε αυτήν την επιδίωξη τους.

Όπως είναι γνωστό, η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων γίνεται από τις τουριστικές επιχειρήσεις πλην όμως ο όρος, όπως χρησιμοποιείται στην τουριστική οικονομία, δεν πρέπει να συγχέεται με τους όρους ξενοδοχείο, τουριστικό γραφείο ή κάτι ανάλογο. Το ξενοδοχείο ή το ταξιδιωτικό / τουριστικό γραφείο είναι το φυσικό-μέρος, ο τόπος όπου γίνεται η παραγωγή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, ενώ τη τουριστική επιχείρηση είναι η οργανωτική οντότητα που έχει και λειτουργεί το ξενοδοχείο ή το ταξιδιωτικό / τουριστικό πρακτορείο. Μία τουριστική επιχείρηση μπορεί να έχει και να λειτουργεί περισσότερα από ένα ξενοδοχεία ή ταξιδιωτικά / τουριστικά πρακτορεία, όπως είναι για παράδειγμα οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος οι ΞΕΝΙΑ Α.Ε. του ΕΟΤ ή οι αμερικάνικες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις Intercontinental, Hilton, Sheraton, Marriott και Holiday Inn που έχουν πολλές ξενοδοχειακές μονάδες, ειδικότερα δε οι τέσσερις τελευταίες που εκτός από τις ΗΠΑ, έχουν ξενοδοχειακές μονάδες και σε πολλές μεγαλουπόλεις του εξωτερικού ή τα ταξιδιωτικά / τουριστικά πρακτορεία της American Express που και αυτά εκτός από τις ΗΠΑ είναι διάσπαρτα σε όλα σχεδόν τα μέρη του κόσμου.

Όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις συνιστούν ενιαίο κλάδο παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που χαρακτηρίζεται σαν τουριστική οικονομία, για το εννοιολογικό περιεχόμενο και αντικείμενο της οποίας ήδη έγινε αναφορά στην αρχή.

Αν και ο τουρισμός έχει χαρακτηριστεί και σαν βιομηχανική δραστηριότητα (τουριστική βιομηχανία), δεν παύει ο κλάδος αυτός της οικονομικής δραστηριότητας να υπάγεται κατά κύριο λόγο στην τριτογενή παραγωγή, δηλαδή στις υπηρε-

σίες, και να έχει σαν χαρακτηριστικό την οριζόντια τουριστική ολοκλήρωση.

Η τουριστική επιχείρηση σαν οργανωτική οντότητα που έχει με οποιαδήποτε μορφή στην κυριότητα της και λειτουργεί το ξενοδοχείο, το ταξιδιωτικό /τουριστικό πρακτορείο και γενικά την τουριστική μονάδα μπορεί να πάρει διάφορες μορφές και συγκεκριμένα τη μορφή ατομικής τουριστικής επιχείρησης ή αυτήν της τουριστικής εταιρίας, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των οποίων αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Ατομική τουριστική επιχείρηση: ταυτίζεται με ένα άτομο που είναι ο ιδιοκτήτης της και που είναι υπεύθυνο για τη λειτουργία της. Η τουριστική επιχείρηση του είδους αυτού είναι η απλούστερη από πλευράς οργανωτικής δομής, η δε σύσταση της δεν απαιτεί τίποτε περισσότερο από την απόκτηση των απαραίτητων συντελεστών παραγωγής για να αρχίσει η παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Το κύριο πλεονέκτημα της τουριστικής επιχείρησης αυτού του είδους είναι ότι ο ιδιοκτήτης της έχει απόλυτη ελευθερία δράσης, ενώ βασικό της μειονέκτημα είναι ότι ευθύνεται αυτός απεριόριστα απέναντι τρίτων. Άλλα μειονεκτήματα της ατομικής τουριστικής επιχείρησης είναι τα περιορισμένα κατά κανόνα κεφάλαια της, καθώς επίσης η περιορισμένη δανειοληπτική της ικανότητα.

(β) Τουριστική εταιρία: είναι η ένωση δυο ή περισσότερων ατόμων που τους ενώνει ένας κοινός σκοπός, ο οποίος στην προκειμένη περίπτωση είναι κερδοσκοπικός, δηλαδή επιδιώκουν από την παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών να μεγιστοποιούν διαρκώς τα κέρδη τους. Για τη σύσταση μιας τουριστικής εταιρίας είναι απαραίτητη η ύπαρξη ορισμένων βασικών προϋποθέσεων, όπως για παράδειγμα κοινές εισφορές και συμμετοχή όλων αυτών που την απαρτίζουν τόσο στα κέρδη όσο και στις ζημιές. Χωρίς τη συμμετοχή ατόμων στη σύσταση του κεφαλαίου της τουριστικής εταιρίας δεν μπορεί να υπάρξει αυτή. Η συμμετοχή των ατόμων στη σύσταση του κεφαλαίου της τουριστικής εταιρίας μπορεί να μην είναι σε χρηματικό κεφάλαιο αλλά σε είδος. Ακόμα μπορεί να είναι και σε παροχή προσωπικής εργασίας μόνο. Το ποσοστό συμμετοχής των ατόμων που απαρτίζουν την τουριστική εταιρία τόσο στα κέρδη όσο και στις ζημιές είναι καθαρά θέμα συμφωνίας μεταξύ τους που γίνεται από την αρχή, δηλαδή κατά τη σύσταση της τουριστικής εταιρίας.

Μία άλλη σημαντική διάκριση των τουριστικών εταιριών έγκειται στο ό,τι άλλες έχουν νομική προσωπικότητα και άλλες πάλι δεν έχουν. Το νομικό πρόσωπο, σε αντίθεση με το φυσικό πρόσωπο που είναι κάθε άνθρωπος, είναι δημιούργημα νομικό που όμως έχει υποχρεώσεις και δικαιώματα, όπως ακριβώς το φυσικό πρόσωπο. Η απόκτηση της νομικής προσωπικότητας από μια τουριστική εταιρία συνεπάγεται ορισμένες σημαντικές συνέπειες, οι χαρακτηριστικότερες από τις οποίες είναι οι πιο κάτω:

(1) Η τουριστική εταιρία έχει αυτοτελή και ανεξάρτητη προσωπικότητα από εκείνη των ατόμων που την απαρτίζουν. Η βούληση και οι πράξεις των προσώπων που τη διοικούν, είναι η βούληση και οι πράξεις του νομικού προσώπου της τουριστικής εταιρίας.

(2) Σαν ανεξάρτητο πρόσωπο η τουριστική εταιρία μπορεί να συμμετέχει στη σύσταση του κεφαλαίου άλλης εταιρίας ή άλλων εταιριών, ανεξάρτητα αν αυτές είναι τουριστικές ή όχι.

(3) Η τουριστική εταιρία έχει τα δικά της περιουσιακά στοιχεία που είναι ανεξάρτητα από εκείνα των ατόμων ή των νομικών προσώπων που την απαρτίζουν.

(4) Η τουριστική εταιρία έχει δικό της όνομα με το οποίο διακρίνεται στην τουριστική αγορά και με το οποίο συναλλάσσεται.

(5) Η τουριστική εταιρία έχει δική της έδρα και ιθαγένεια. Η τελευταία, όπως είναι γνωστό, κρίνεται από την πρώτη.

Για τη σύσταση μιας τουριστικής εταιρίας απαιτείται η σύνταξη του καταστατικού της που περιέχει τους όρους συγκρότησης και λειτουργίας της.

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, υπάρχουν και τουριστικές εταιρίες που στερούνται νομικής προσωπικότητας και που είναι γνωστές σαν συμμετοχικές ή αφανείς τουριστικές εταιρίες και οι οποίες μπορούν να θεωρηθούν σαν η φυσική ανάπτυξη των ατομικών τουριστικών επιχειρήσεων. Η συμμετοχική τουριστική εταιρία υπάρχει σαν εταιρία μόνο για τις μεταξύ των εταιριών σχέσεις, που διέπονται από τη συμφωνία τους. Σε ό,τι αφορά στην ευθύνη απέναντι τρίτων δεν υπάρχει τουριστική εταιρία, αλλά μόνο οι εταίροι, γι' αυτό και χαρακτηρίζεται αυτή σαν αφανής τουριστική εταιρία. Όπως στην περίπτωση των ατομικών τουριστικών επιχειρήσεων έτσι και στις

συμμετοχικές τουριστικές εταιρίες τα άτομα που τις απαρτίζουν, δηλαδή οι εταίροι, έχουν απεριόριστη ευθύνη. Ειδικά στις συμμετοχικές τουριστικές εταιρίες καθοριστική σημασία για την επιβίωση τους σε μακριά προοπτική έχει η προσωπικότητα των εταίρων τους και όχι η συμμετοχή τους στο κεφάλαιο τους.

Οι κυριότερες μορφές τουριστικών επιχειρήσεων που έχουν νομική προσωπικότητα είναι η ομόρρυθμη τουριστική εταιρία, η ετερόρρυθμη τουριστική εταιρία, η ανώνυμη τουριστική εταιρία, η τουριστική εταιρία περιορισμένης ευθύνης και τέλος ο τουριστικός συνεταιρισμός.

4. Οι τουρ οπερέτορς

Οι τουρ οπερέτορς αναλαμβάνουν να ασκήσουν μια ξεχωριστή λειτουργία στην τουριστική βιομηχανία. Συγκεκριμένα αγοράζουν συνήθως σε μεγάλες ποσότητες μιὰ σειρά ποικίλων τουριστικών υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα θέσεις σε μεταφορικά μέσα, δωμάτια σε καταλύματα, καθώς επίσης και διάφορες άλλες υπηρεσίες και αφού τις συνδυάσουν σε ένα «πακέτο» τις πουλούν στη συνέχεια άμεσα ή έμμεσα στους διάφορους χρήστες, δηλαδή στους τουρίστες, ή αν θέλει να ακριβολογήσει κανείς στους πιθανούς τουρίστες.

Οι τουρ οπερέτορς χαρακτηρίζονται μερικές φορές και σαν χονδρέμποροι τουριστικών υπηρεσιών, πλην όμως αυτό είναι μόνο μερικά σωστό. Ο τουρ οπερέτορ, όπως ήδη ειπώθηκε, αγοράζει διάφορες τουριστικές υπηρεσίες, που στη συνέχεια τις πουλά «πακεταρισμένες» σε μικρότερες ποσότητες στην πελατεία του αντί κάποιου επιθυμητού κέρδους. Παράλληλα όμως από τη σειρά των ποικίλων τουριστικών υπηρεσιών που αγοράζει, ορισμένες ποσότητες τις πουλά και μεμονωμένα άλλοτε για κερδοσκοπικούς λόγους και άλλοτε πάλι για λόγους πιεστικής ανάγκης.

Στην πρώτη περίπτωση, δηλαδή σε αυτήν που «πακετάρει» ποικίλες μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες, λειτουργεί αναμφίβολα σαν παραγωγός τουριστικού προϊόντος, άσχετα αν οι υπηρεσίες από τις οποίες αποτελείται αυτό χρησιμοποιήθηκαν όπως ακριβώς αγοράστηκαν, δηλαδή χωρίς καν να μεταποιηθούν. Τα τουριστικά πακέτα, γνωστά στη διεθνή ορολογία σαν IT (inclusive tours), δηλαδή περιηγήσεις που περιλαμβάνουν πολλά ή και όλα από πλευράς δαπανών, ξεχωρίζουν από τα συστατικά τους στοιχεία.

Στη δεύτερη περίπτωση, δηλαδή σε αυτήν που μεταπουλά μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες, όπως ακριβώς τις αγοράζει, λειτουργεί αναμφίβολα σαν χονδρέμπορος τουριστικών υπηρεσιών. Αυτό, όπως ήδη ειπώθηκε, μπορεί να συμβεί αν για παράδειγμα λόγω κακής εκτίμησης αγοράσει ο τουρ οπερέτορ από παραγωγούς τουριστικών και όχι μόνο υπηρεσιών περισσότερες από αυτές που του είναι απαραίτητες για την παραγωγή τουριστικών πακέτων ή αν εξαιτίας αστάθμητων παραγόντων μειωθεί σημαντικά στην τουριστική αγορά η ζήτηση των τουριστικών πακέτων που παράγει και διαθέτει σε αυτήν κ.λ.π.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι υπάρχουν ορισμένοι τουρ οπερέτορς που πουλούν μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες σε χαμηλές τιμές, σε άτομα που επιθυμούν να φτιάξουν μόνα τους τα τουριστικά τους πακέτα, όπως τα θέλουν. Σε αυτές τις περιπτώσεις πουλούν μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες λιανικά μεν, πλην όμως σε χαμηλές, όπως ήδη ειπώθηκε, τιμές.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η αξία των τουρ οπερέτορς, η δουλειά των οποίων ως σημειωθεί κάθε άλλο παρά εύκολη είναι, βρίσκεται στην ικανότητα τους να εξασφαλίζουν σημαντικές εκπτώσεις, αγοράζοντας σε μεγάλες ποσότητες τουριστικές και όχι μόνο υπηρεσίες, που τους είναι εντελώς απαραίτητες για την παραγωγή τουριστικών πακέτων όχι μόνο προσιτών στους περισσότερους πιθανούς τουρίστες αλλά και καλοφτιαγμένων.

Υπάρχουν τέσσερις βασικοί τύποι τουρ οπερέτορς και συγκεκριμένα οι πιο κάτω:

(α) Αυτοί που υπηρετούν τη μαζική τουριστική αγορά: είναι αναμφισβήτητα οι πιο γνωστοί απ' όλους. Τα τουριστικά πακέτα που πουλούν έχουν κυρίως σαν προορισμούς δημοφιλή διεθνή θέρετρα, η δε μετακίνηση της πελατείας τους πραγματοποιείται είτε με ιδιόκτητα αεροπλάνα είτε με ναυλωμένα αεροπλάνα είτε με αεροπλάνα που πραγματοποιούν προγραμματισμένες πτήσεις.

(β) Αυτοί που χαρακτηρίζονται σαν οπείαλιστές : είναι λιγότερο γνωστοί απ' ό,τι οι προηγούμενοι, αλλά αριθμητικά υπερέχουν σημαντικά από αυτούς. Βασικά διακρίνονται σε πέντε κατηγορίες:

- Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα και απευθύνονται σε μια συγκεκριμένη κατηγορία πελατείας, όπως για παράδειγμα νέους, εργένηδες, οικογενειάρχες, επαγγελματίες κλπ.
- Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα σε συγκεκριμένους προορισμούς, όπως για παράδειγμα Αγγλία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ελβετία, Αυστρία κλπ.
- Σε αυτούς που χρησιμοποιούν για τα τουριστικά τους πακέτα συγκεκριμένες μορφές καταλυμάτων, όπως για παράδειγμα παραθεριστικά χωριά, κέντρα διακοπών κλπ.
- Σε αυτούς που χρησιμοποιούν συγκεκριμένα μεταφορικά μέσα για τα τουριστικά τους πακέτα, όπως για παράδειγμα πλοία, τρένα, αεροπλάνα, πούλμαν κλπ.
- Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα ειδικών ενδιαφερόντων, όπως για παράδειγμα φωτογραφικό σαφάρι στην Κένυα, ορειβασία στο όρος Κιλιμάντζαρο κλπ.

(γ) Αυτοί που υπηρετούν την ντόπια τουριστική αγορά: είναι εκείνοι που μαντάρουν και πουλούν τα τουριστικά τους πακέτα στη χώρα που κατοικούν μόνιμα οι τουρίστες, που σημαίνει ότι όλοι οι προορισμοί βρίσκονται στο εσωτερικό της χώρας.

(δ) Αυτοί που υπηρετούν ξένους τουρίστες στους τουριστικούς προορισμούς: είναι εκείνοι που είναι εγκατεστημένοι στους τουριστικούς προορισμούς και μαντάρουν πακέτα αποκλειστικά γι' αυτούς, τα οποία πουλούν στη συνέχεια σε διάφορες χώρες και κυρίως σε αυτές από τις οποίες δέχονται μεγάλο αριθμό τουριστών. Όπως στην προηγούμενη περίπτωση, έτσι και σε αυτήν υπάρχουν μερικές κατηγορίες τουρ οπερέτορς αυτού του τύπου. Έτσι λοιπόν υπάρχουν μερικοί που χαρακτηρίζονται σαν διαχειριστικοί πράκτορες, εφόσον αρμοδιότητα τους είναι να διοργανώνουν για λογαριασμό ξένων τουρ οπερέτορς διάφορες περιηγήσεις. Μερικοί από αυτούς μάλιστα ειδικεύονται αποκλειστικά στο να υποδέχονται τους εισερχόμενους τουρίστες και να τους μεταφέρουν στα ξενοδοχεία τους, καθώς επίσης να τους προσφέρουν υπηρεσίες συνοδείας και ξενάγησης. Άλλοι πάλι προσφέρουν μια πλήρη σειρά ποικίλων υπηρεσιών, που περιλαμβάνουν διαπραγματεύσεις με μεταφορικές και ξενοδο-

χειακές επιχειρήσεις για την εξασφάλιση των καλύτερων δυνατών όρων παροχής υπηρεσιών εκ μέρους τους, διοργανώσεις εκπαιδευτικών περιηγήσεων ειδικών ενδιαφερόντων και ρυθμίσεις για την παροχή υπηρεσιών σίτισης και ψυχαγωγίας. Μερικοί από αυτούς μάλιστα ειδικεύονται στην ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών συγκεκριμένων εθνικών ομάδων εισερχομένων τουριστών, όπως για παράδειγμα Αράβων, Ιαπωνέζων, Ινδών κλπ.

5. Ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας

Ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας λειτουργεί σαν μεσάζοντας τον εμπορίου τουριστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα λειτουργεί σαν λιανέμπορος στο σύστημα διανομής τουριστικών προϊόντων. Κατά κανόνα ο τουριστικός πράκτορας δεν πουλά δικό του προϊόν, αλλά ενεργεί για λογαριασμό παραγωγών ή και προμηθευτών τουριστικών προϊόντων. Με άλλα λόγια αγοράζουν τουριστικά πακέτα και μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες, όπως εισιτήρια για χρήση διάφορων μεταφορικών μέσων, υπηρεσίες φιλοξενίας σε καταλύματα κλπ., στη συνέχεια δε τα θέτουν στη διάθεση τους για να ικανοποιήσουν κάνοντας χρήση τους τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Θεωρητικά τουλάχιστον ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας είναι ένας έμπειρος επαγγελματίας εξειδικευμένος σε θέματα μετακίνησης ατόμων για τουριστικούς ή οποιουδήποτε άλλους λόγους τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, που προσφέρει στην πελατεία του ένα ευρύ φάσμα εξειδικευμένων προσωπικών υπηρεσιών που εκτείνονται από απλές συμβουλές μέχρι το σχεδιασμό ενός τουριστικού και όχι μόνο ταξιδιού. Εξαιτίας αυτού ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και σαν σύμβουλος ταξιδιών.

Κανονικά ο ταξιδιωτικός / τουριστικός πράκτορας δεν χρεώνει την πελατεία του για τις παρεχόμενες προς αυτήν υπηρεσίες, αλλά αντί αυτού παίρνουν κάποια συμφωνημένη προμήθεια από τους τουρ οπερέτορς και τους παραγωγούς μεμονωμένων τουριστικών υπηρεσιών για κάθε μια πώληση τουριστικού πακέτου ή μεμονωμένης τουριστικής υπηρεσίας που διαπραγματεύεται με αυτούς και που τελικά «κλείνει» για λογαριασμό των αγοραστών τους, δηλαδή της πελατείας του.

Οι ταξιδιωτικοί / τουριστικοί πράκτορες διακρίνονται βασικά σε δυο τύ-

πους και συγκεκριμένα σε αυτούς που αναπτύσσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα μόνο στο εσωτερικό της χώρας στην οποία είναι εγκαταστημένοι και σε αυτούς που αναπτύσσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα τόσο στο εσωτερικό της χώρας στην οποία είναι εγκαταστημένοι όσο και εκτός αυτής.

6. Η τουριστική βιομηχανία

Η τουριστική ζήτηση αντιμετωπίζεται με συγκεντρωμένη προσπάθεια μάρκετινγκ μιας σειράς ποικίλων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Μαζί οι παραγωγοί των τουριστικών αυτών προϊόντων συγκροτούν τη μεγαλύτερη στον κόσμο βιομηχανία που αναπτύσσεται ταχύτερα και δυναμικότερα από οποιαδήποτε άλλη: την τουριστική βιομηχανία. Επειδή μερικά από τα τουριστικά αυτά προϊόντα είναι καθοριστικής σημασίας για τη δημιουργία και ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών, ενώ άλλα παίζουν απλά και μόνο ένα περιφερειακό ή υποστηρικτικό ρόλο, είναι δύσκολο να προσδιορίσει κανείς τι ακριβώς αποτελεί η τουριστική βιομηχανία. Πέρα από αυτό όμως μερικές τουριστικές υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα της τροφοδοσίας και των μεταφορών, εξυπηρετούν εκτός από τις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών και αυτές άλλων ανθρώπων, που δεν έχουν την ιδιότητα του τουρίστα

Όπως ήδη ειπώθηκε, το τουριστικό πακέτο στην απλούστερη του μορφή αποτελείται κατά βάση από τον τουριστικό προορισμό και συγκεκριμένα από τα φυσικά και μη φυσικά θέλγητρα του, το μεταφορικό μέσο της τουριστικής μετακίνησης, τη διαμονή σε κάποιο τουριστικό κατάλυμα με πρόγευμα και το τράνσφερ από σημείο άφιξης στον τουριστικό προορισμό (αεροδρόμιο, λιμάνι, σιδηροδρομικός σταθμός κ.λ.π.) στο ξενοδοχείο ή οποιοδήποτε άλλο τουριστικό κατάλυμα και αντίστροφα. Οι παραγωγοί των υπηρεσιών αυτών που συνθέτουν, όπως ειπώθηκε πιο πάνω, το τουριστικό πακέτο στην απλούστερη του μορφή αλλά και πολλών άλλων τουριστικών υπηρεσιών, μπορούν να τις διαθέτουν στους ενδιαφερόμενους, δηλαδή στους πιθανούς τουρίστες, με διάφορους τρόπους και συγκεκριμένα είτε άμεσα είτε έμμεσα διαμέσου των ταξιδιωτικών / τουριστικών πρακτόρων, των τουρ οπερέτορς και των μεσιτών τουριστικών υπηρεσιών.

Οι τουρ οπερέτορς αγοράζουν κατά κανόνα μια σειρά ποικίλων τουριστικών υπηρεσιών συνήθως σε μεγάλες ποσότητες, όπως για παράδειγμα θέσεις σε αερο-

πλάνα, δωμάτια σε ξενοδοχεία, τράνσφερ σε τουριστικούς προορισμούς κλπ. και αφού προσθέσουν τα θέλγητρα ενός τουριστικού προορισμού, τα κάνουν τουριστικά πακέτα και στη συνέχεια τα πουλούν είτε μέσω ταξιδιωτικών / τουριστικών πρακτόρων είτε απευθείας στους πιθανούς χρήστες, δηλαδή στους πιθανούς τουρίστες. Με το να αγοράζουν έναν αριθμό μεμονωμένων ειδών τουριστικών υπηρεσιών και μοντάροντάς τις σε ένα και μόνο προϊόν, το τουριστικό πακέτο, οι τουρ οπερέτορς θεωρούνται από ορισμένους οικονομολόγους περισσότερο σαν παραγωγοί ενός νέου τουριστικού προϊόντος παρά σαν χονδρέμποροι μιας σειράς ποικίλων τουριστικών υπηρεσιών. Ο συγγραφέας συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή. Οι τουρ οπερέτορς κατά κανόνα αγοράζουν, όπως ήδη ειπώθηκε, διάφορες τουριστικές υπηρεσίες σε μεγάλες συνήθως ποσότητες από τους παραγωγούς τους και στη συνέχεια τις χρησιμοποιούν για να παράγουν τα δικά τους τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τα διάφορα τουριστικά πακέτα, και να τα διαθέσουν άμεσα ή έμμεσα στην πελατεία τους αντί κάποιου επιθυμητού κέρδους. Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι απόλυτα σαφές ότι λειτουργούν τόσο σαν παραγωγοί τουριστικών προϊόντων όσο και σαν λιανοπωλητές τους, δηλαδή σαν μεσάζοντες τον εμπόριο τουριστικών προϊόντων. Μερικές φορές όμως λειτουργούν, όπως ήδη ειπώθηκε, και σαν χονδρέμποροι τουριστικών προϊόντων. Αυτό συμβαίνει για παράδειγμα όταν λόγω κακής εκτίμησης αγοράσουν περισσότερες ποσότητες τουριστικών υπηρεσιών από αυτές που τους είναι απαραίτητες για την παραγωγή των τουριστικών τους πακέτων και επειδή δεν μπορούν να επιστρέψουν στους παραγωγούς τους αυτές που περισσεύουν, δηλαδή που δεν μπόρεσαν να χρησιμοποιηθούν για το σκοπό που αγοράστηκαν, αναγκάζονται να τις πουλήσουν χονδρικά. Άλλο παράδειγμα πάλι είναι η πώληση θέσεων μόνο σε προγραμματισμένες ή ναυλωμένες αεροπορικές πτήσεις εκ μέρους των τουρ οπερέτορς, που γίνεται για να συμπληρώσουν τον αριθμό θέσεων που έχουν συμβατική υποχρέωση να καλύψουν. Σε αυτές τις περιπτώσεις λειτουργούν καθαρά σαν χονδρέμποροι, δηλαδή σαν μεσάζοντες τον εμπόριο τουριστικών προϊόντων.

Οι ταξιδιωτικοί / τουριστικοί πράκτορες με τη σειρά τους λειτουργούν, όπως ήδη ειπώθηκε, σαν λιανέμποροι στο σύστημα διανομής τουριστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα αγοράζουν τουριστικά πακέτα ή μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες κατόπιν παραγγελίας των πελατών τους και στη συνέχεια τα θέτουν στη διάθεση τους

για να ικανοποιήσουν, κάνοντας χρήση τους, τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Κανονικά δεν χρεώνουν τους πελάτες τους για τις υπηρεσίες που τους προσφέρουν, αλλά αντί αυτού παίρνουν κάποια συμφωνημένη προμήθεια είτε από τους τουρ οπερέιτορς είτε από τους παραγωγούς μεμονωμένων τουριστικών υπηρεσιών για κάθε μια πώληση τουριστικού πακέτου ή μεμονωμένης τουριστικής υπηρεσίας που διαπραγματεύονται με αυτούς και που τελικά κλείνουν για λογαριασμό των πελατών τους.

Στο κεντρικό σύστημα παραγωγής και διανομής τουριστικών προϊόντων που περιγράφηκε πιο πάνω ασκεί αμοιβαία επίδραση μια μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών υποστήριξης. Χάρη ευκολίας οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να κατανεμηθούν μεταξύ οργανισμών του δημόσιου τομέα, δηλαδή αυτών που ελέγχονται άμεσα και διοικούνται από κεντρικές και τοπικές πολιτικές εξουσίες, και οργανισμών του ιδιωτικού τομέα, δηλαδή αυτών που ελέγχονται άμεσα και διοικούνται από την ιδιωτική πρωτοβουλία. Ο δημόσιος τομέας περιλαμβάνει τους διάφορους δημόσιους οργανισμούς και υπηρεσίες σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, υπηρεσίες έκδοσης και θεώρησης διαβατηρίων, υπηρεσίες λιμανιών και αερολιμένων, σχολές τουριστικών επαγγελματιών, κέντρα επαγγελματικής κατάρτισης, οργανισμούς φεστιβαλικών εκδηλώσεων κλπ. Ο ιδιωτικός πάλι τομέας περιλαμβάνει υπηρεσίες ξενάγησης, υπηρεσίες συνοδείας, ταξιδιωτική ασφάλιση, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, τουριστικές εκδόσεις, ενημερωτικά φυλλάδια, σχολές τουριστικών επαγγελματιών, κέντρα επαγγελματικής κατάρτισης κ.λ.π.

7. Το τουριστικό κύκλωμα

Ο όρος «τουριστικό κύκλωμα» χαρακτηρίζει το σύνολο των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ των βασικών μονάδων του τουριστικού κυκλώματος, που στην απλούστερη μορφή τον περιλαμβάνει τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών άμεσα ή έμμεσα και δείχνει τις ροές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών από τη μια πλευρά και από την άλλη πληρωμών στην τουριστική οικονομία.

Σύγχρονες μελέτες δείχνουν ότι στο απλοποιημένο τουριστικό κύκλωμα με-

ταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών υπάρχουν αντίθετες ροές. Τα τουριστικά προϊόντα που παράγονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις ρέουν άμεσα ή έμμεσα προς τους τουρίστες, πλην όμως ορισμένα από αυτά καταναλώνονται ή και χρησιμοποιούνται αποκλειστικά και μόνο στον τόπο παραγωγής τους.

Για κάθε ροή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών υπάρχει μια αντίθετη ροή πληρωμών. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι εκτός από τις άμεσες ή έμμεσες συναλλαγές μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών υπάρχουν και συναλλαγές μεταξύ τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων που, όπως γίνεται αντιληπτό, δεν μπορούν να εμφανιστούν στο διάγραμμα του απλοποιημένου τουριστικού κυκλώματος. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί εύκολα να γίνει πιο σύνθετο, προσθέτοντας διάφορες ροές που στην πραγματικότητα συμβαίνουν, πλην όμως κάτι τέτοιο θα έκανε αναπόφευκτα το διάγραμμα του τουριστικού κυκλώματος κάπως δυσνόητο χωρίς να προσθέτει τίποτα παραπάνω στην κατανόηση του. Παρ' όλα αυτά όμως θα πρέπει να ειπωθούν ορισμένα πράγματα με μορφή σχόλιου και συγκεκριμένα ότι οι ροές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, συντελεστών τουριστικής παραγωγής και πληρωμών που παρατηρούνται στην τουριστική οικονομία: (α) είναι συνεχείς, δηλαδή συμβαίνουν διαχρονικά σε κάθε στιγμή, και (β) δεν έχουν πάντοτε το ίδιο μέγεθος, δηλαδή το ύψος των συναλλαγών μπορεί να μεταβάλλεται καθώς η παραγωγική δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων αυξάνεται ή μειώνεται.

8. Τα τουριστικά κίνητρα

Με τον όρο «τουριστικά κίνητρα» εννοούνται όλες εκείνες οι ψυχοπνευματικές τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφτούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα τουριστικά κίνητρα βασικά είναι πολλά και διάφορα και εξαρτημένα από τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού που προσφέρει ο συγκεκριμένος τουριστικός προορισμός, καθώς επίσης η όλη οργάνωση της σύνδεσης του τόπου υποδοχής τουριστών με τον τόπο προέλευσης τους. Αν και γνωστά λίγο - πολύ τα τουριστικά κίνητρα, ωστόσο διαφέρουν κατά περίπτωση από πλευράς έντασης, που εκφράζεται ποσοτικά με μετρήσεις που εμφανίζονται με μορφή ποσοστιαίας συμμετοχής κάθε κίνητρου στο συνολικό αριθμό των περιπτώσεων που εξετάζονται. Η ένταση των τουριστικών κινή-

τρων μετριέται συνήθως με δειγματοληπτικές έρευνες που γίνονται μεταξύ των τουριστών που επισκέπτονται μια χώρα ή μια ορισμένη τουριστική τοποθεσία κατά το τέλος της διαμονής τους σε αυτήν και στοχεύουν στην ποσοτική και ποιοτική εξακρίβωση τους. Τα αποτελέσματα των δειγματοληπτικών αυτών ερευνών έχουν μεγάλη σημασία για τη χώρα ή την τουριστική τοποθεσία που επισκέπτονται οι τουρίστες, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στη χάραξη της καταλληλότερης τουριστικής πολιτικής.

Τα τουριστικά κίνητρα χωρίζονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες και συγκεκριμένα στις πιο κάτω:

8.1. Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα

Σε αυτήν την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία που ασκούν ισχυρή έλξη στους τουρίστες. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι για παράδειγμα η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κ.λ.π. τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο και στην ανάπτυξη ορισμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και συγκεκριμένα του τουρισμού χειμερινών σπορ, του θαλάσσιου τουρισμού, του τουρισμού παραχείμασης, του ορεινού τουρισμού κ.λ.π. Ας σημειωθεί ότι τα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία είναι από τουριστικής άποψης πάρα πολύ εκμεταλλεύσιμα και αυτό γιατί ανταποκρίνονται στις ψυχολογικές και βιολογικές ανάγκες των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων που αναζητούν στον τουρισμό ξεκούραση, ξενισιά και αλλαγή παραστάσεων.

8.2. Πολιτιστικά κίνητρα

Σε αυτήν την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν όλα εκείνα τα πολιτιστικά στοιχεία που συνθέτουν την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι για παράδειγμα ιστορικοί χώροι, αρχαιολογικά μνημεία, μουσεία, πινακοθήκες, λαϊκή τέχνη κλπ. Ας σημειωθεί ότι τα πολιτιστικά κίνητρα ασκούν περιορισμένη επίδραση στους σημερινούς τουρίστες και ειδικότερα σε αυτούς που κάνουν μαζικό γενικό τουρισμό.

8.3. Οικονομικά κίνητρα

Σε αυτήν την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν όλα εκείνα τα οικονομικά στοιχεία που συνθέτουν το κόστος ζωής στις χώρες υποδοχής τουριστών, το κόστος του ταξιδιού κ.λ.π. τα οποία παίζουν μεταξύ άλλων καθοριστικό ρόλο και στη διαμόρφωση φτηνών τιμών για τουριστικά πακέτα. Τα οικονομικά κίνητρα επηρεάζουν αποφασιστικά, όπως είναι γνωστό, τις μεγάλες μάζες των τουριστών που ανήκουν στις μεσαίες εισοδηματικές τάξεις να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό. Γι' αυτόν τον λόγο προβάλλονται εντελώς ιδιαίτερα στις διαφημιστικές καμπάνιες που κάνουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο εξωτερικό όχι μόνο για να προσελκύσουν τουρίστες, αλλά και ταξιδιωτικά / τουριστικά πρακτορεία και αεροπορικές εταιρίες που απευθύνονται σε τουρίστες που τους αρέσει να ταξιδεύουν φτηνά μεν αλλά μεμονωμένα.

8.4. Ψυχολογικά κίνητρα

Σε αυτήν την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν οι εσωτερικές παρορμήσεις των τουριστών που επισκέπτονται έναν τουριστικό προορισμό και που οφείλονται στην ψυχολογική ανάγκη που αισθάνονται για αλλαγή. Κοντολογίς για κάτι νέο, κάτι το διαφορετικό. Γι' αυτό και έχει αποδειχτεί ότι πολύ λίγοι είναι οι τουρίστες εκείνοι που επισκέπτονται μακρινούς τουριστικούς προορισμούς για δεύτερη φορά, εκτός αν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι ή ισχυρά οικονομικά κίνητρα. Ας σημειωθεί ότι τα ψυχολογικά κίνητρα, καθώς το κατά κεφαλήν εισόδημα των ανθρώπων αυξάνεται και βελτιώνεται το βιοτικό τους επίπεδο, επηρεάζουν ολοένα και περισσότερο τη λήψη αποφάσεων εκ μέρους τους να επισκεφτούν νέους τουριστικούς προορισμούς.

Εκτός από τις πιο πάνω βασικές κατηγορίες κινήτρων είναι δυνατό να αναζητηθούν και πιο εξειδικευμένα κίνητρα. Η επισήμανση τους έχει, όπως ήδη αναφέρθηκε, μεγάλη σημασία και αυτό γιατί συμβάλλει αποφασιστικά στη διαμόρφωση μιας αποτελεσματικής τουριστικής πολιτικής, που προωθεί την ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Δεν υπάρχει προϊόν που να μπορεί να προωθηθεί απρόσκοπτα στην αγορά, αν δεν είναι κατασκευασμένο σύμφωνα με τις ιδιαίτερες προτιμήσεις των πιθανών αγορα-

στών του. Ο κανόνας αυτός του μάρκετινγκ έχει απόλυτη εφαρμογή και στον κλάδο του τουρισμού, όπου η προώθηση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την έγκαιρη διάγνωση των κινήτρων που παρακινούν τους πιθανούς τουρίστες να επισκεφτούν μια ορισμένη τουριστική τοποθεσία για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Για να οδηγήσουν όμως τα κίνητρα αυτά στον τελικό σκοπό που, όπως είναι γνωστό, είναι η επίσκεψη του πιθανού τουρίστα σε ορισμένο τουριστικό προορισμό, είναι απαραίτητο να μπορεί αυτός ελεύθερα να σταθμίσει το σύνολο των πλεονεκτημάτων που προσφέρει καθένας από αυτούς και να αποφασίσει τελικά ποιον απ' όλους θα επισκεφτεί για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Γεννιέται όμως ένα ερώτημα και συγκεκριμένα το εξής: με την οργανωμένη ομαδική μετακίνηση των τουριστών και με το σύστημα των «πακεταρισμένων» τουριστικών υπηρεσιών, δηλαδή των τουριστικών πακέτων, είναι πραγματικά ελεύθερος ο άνθρωπος να αποφασίσει κάτω από την επίδραση αυτών και μόνο αυτών των κινήτρων που, πώς και πότε θα ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες; Υπάρχει δυστυχώς ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών που με το πέρασμα του χρόνου διευρύνεται ολοένα και περισσότερο καθώς στο χώρο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού συντελείται μια συγκέντρωση της τουριστικής παραγωγής οριζόντιας και κάθετης μορφής, που προσανατολίζεται αποκλειστικά και μόνο εκεί που μεγιστοποιείται το κέρδος του τουρ οπερέιτορ και όχι εκεί όπου ικανοποιούνται καλύτερα και ενδεχόμενα φτηνότερα οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες του τουρίστα. Από το γεγονός αυτό βγαίνει το συμπέρασμα ότι αν δεν εκδηλωθούν έντονες αντιδράσεις εκ μέρους των τουριστών κατά της ολοένα μαζικότερης μετακίνησης τους σε τουριστικούς προορισμούς της επιλογής του τουρ οπερέιτορ, υπάρχει κίνδυνος ο τουρισμός να μεταβληθεί βαθμιαία από εκδήλωση ανθρώπινης ελευθερίας σε πράξη καταναγκασμού, αφού είναι βέβαιο ότι οι τουρ οπερέιτορς θα εντείνουν στο μέλλον τις προσπάθειες τους για να κατευθύνουν τη ροή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος εκεί που αυτοί θέλουν και όχι εκεί που θέλουν οι τουρίστες, γιατί έτσι εξυπηρετούνται καλύτερα τα οικονομικά τους συμφέροντα.

9. Τα τουριστικά προϊόντα

Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των μελών μιας σύγχρονης κοινωνίας προϋποθέτει την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή υλικών προϊόντων, δηλαδή αγαθών, όπως είναι για παράδειγμα τα φαγητά και ποτά που καταναλώνουν οι τουρίστες ή αυτών προϊόντων, δηλαδή υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα η διαμονή σε ξενοδοχείο και η ψυχαγωγία των τουριστών. Στα άυλα τουριστικά προϊόντα συμπεριλαμβάνονται και διάφορες καταστάσεις ή μορφές ενέργειας, όπως είναι για παράδειγμα το ηλεκτρικό φως, ο κλιματισμός, η κεντρική θέρμανση, η τηλεφωνική επικοινωνία κλπ. που είναι εντελώς απαραίτητες για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας.

Πολλά από τα προϊόντα που χρειάζεται ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες βρίσκονται ελεύθερα στη φύση, όπως το φως και η θερμότητα του ηλίου, το οξυγόνο του ατμοσφαιρικού αέρα, η δροσιά κλπ. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται συνήθως σαν ελεύθερα προϊόντα και δεν αποτελούν αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα της οικονομικής.

Σε αντίθεση με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, η τουριστική οικονομία ασχολείται με τη μελέτη και ανάλυση των υλικών και αυτών τουριστικών προϊόντων, δηλαδή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που είναι αποτέλεσμα της παραγωγικής προσπάθειας των ανθρώπων και που χρησιμεύουν για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται όπως είναι γνωστό και σαν οικονομικά προϊόντα, το κυριότερο δε χαρακτηριστικό τους είναι ότι σε σχέση με τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες που ικανοποιούν βρίσκονται σε περιορισμένες ποσότητες, δηλαδή σε ανεπάρκεια.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι τα άυλα τουριστικά προϊόντα παρουσιάζουν την εξής ιδιομορφία σε σχέση με τα υλικά τουριστικά προϊόντα: η χρήση των περισσότερων γίνεται αποκλειστικά και μόνο στον τόπο της παραγωγής τους από αυτούς που έχουν την ανάγκη ή την επιθυμία να τα αποκτήσουν, δηλαδή τους τουρίστες. Τέτοιου είδους προϊόντα είναι για παράδειγμα οι υπηρεσίες φιλοξενίας που παράγουν και προσφέρουν τα τουριστικά καταλύματα σε ορισμένο τόπο

υποδοχής τουριστών, καθώς επίσης οι υπηρεσίες σίτισης που παράγουν και προσφέρουν τα εστιατόρια ή οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας που παράγουν και προσφέρουν οι όπερες, τα θέατρα κ.λ.π. στον ίδιο πάντα τόπο υποδοχής τουριστών.

10. Οι συντελεστές τουριστικής παραγωγής

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, τα τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, είναι αποτέλεσμα κάποιας παραγωγικής διαδικασίας που αναλαμβάνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Απαραίτητα στοιχεία της παραγωγικής διαδικασίας είναι η εργασία το έδαφος και το κεφάλαιο, δηλαδή οι παραγωγικοί συντελεστές. Χωρίς τα τρία αυτά στοιχεία δεν μπορεί να υπάρξει παραγωγική διαδικασία ούτε στον κλάδο τον τουρισμού.

Κάθε είδος παραγωγής χρησιμοποιεί με διαφορετικό τρόπο την ύλη και τη μετασχηματίζει σε χρήσιμα προϊόντα που ικανοποιούν ανθρώπινες ανάγκες ή επιθυμίες. Συγκεκριμένα ο άνθρωπος συνδυάζει με ορισμένους τρόπους και σε ορισμένο χρονικό διάστημα τους συντελεστές παραγωγής για την παραγωγή επιθυμητών αγαθών και υπηρεσιών.

Όπως σε κάθε παραγωγική διαδικασία, έτσι και στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων, δηλαδή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, οι συντελεστές παραγωγής, δηλαδή τα στοιχεία που συμβάλλουν αποφασιστικά στην παραγωγική διαδικασία, είναι:

(α) Η εργασία: περιλαμβάνει τη σωματική και πνευματική προσπάθεια που καταβάλλουν οι άνθρωποι για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα ο υπάλληλος υποδοχής, η καμαριέρα, ο σερβιτόρος, ο μπάρμαν, ο μάγειρας και άλλοι που προσφέρουν εργασία στην παραγωγική διαδικασία υπηρεσιών φιλοξενίας.

(β) Το έδαφος: περιλαμβάνει τη γεωγραφική έκταση, καθώς επίσης τις ιδιότητες του εδάφους τόσο πάνω όσο και κάτω από αυτό, που είναι χρήσιμες στην παραγωγική διαδικασία. Πάνω σε αυτό χτίζεται για παράδειγμα το ξενοδοχείο ή οι εγκαταστάσεις του κάμπινγκ και καλλιεργούνται τα οπωροκηπευτικά που χρησιμοποιούνται για τη διατροφή των τουριστών κ.λ.π.

(γ) Το κεφάλαιο: περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία για την παραγωγή άλλων προϊόντων και συγκεκριμένα τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Έτσι λοιπόν περιλαμβάνει για παράδειγμα τα μηχανήματα που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή ενός ξενοδοχείου, τις κουζίνες και τα σκεύη που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή των φαγητών των τουριστών, τα σερβίτσια που χρησιμοποιούνται για το σερβίρισμα τους, τους ξενοδοχειακούς εξοπλισμούς γενικότερα, τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές των ταξιδιωτικών / τουριστικών πρακτορείων, τα αεροπλάνα των αεροπορικών εταιριών κ.λ.π.

Ας σημειωθεί ότι η εργασία, το έδαφος και το κεφάλαιο δεν μπορούν να θεωρηθούν συντελεστές παραγωγής εφόσον παραμένουν αδρανείς, δηλαδή εφόσον δεν χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Ένα ξενοδοχείο για παράδειγμα γίνεται παραγωγικός συντελεστής από τη στιγμή που θα αρχίσει να χρησιμοποιείται για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας. Όσο παραμένει όμως κλειστό, δεν αποτελεί τίποτα περισσότερο από έναν «εν δυνάμει» συντελεστή τουριστικής παραγωγής. Η αρχή αυτή βέβαια δεν ισχύει μόνο για το συντελεστή παραγωγής έδαφος, που στην προκειμένη περίπτωση είναι το οικόπεδο πάνω στο οποίο έχει χτιστεί το ξενοδοχείο, αλλά και για τους υπόλοιπους συντελεστές παραγωγής, δηλαδή την εργασία και το κεφάλαιο.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ορισμένοι οικονομολόγοι υποστηρίζουν την άποψη ότι υπάρχει και τέταρτος συντελεστής παραγωγής: η επιχειρηματικότητα, δηλαδή η ικανότητα που έχει ο άνθρωπος να συνδυάζει τους τρεις άλλους παραγωγικούς συντελεστές και συγκεκριμένα την εργασία, το έδαφος και το κεφάλαιο για την παραγωγή προϊόντων, συνεπώς δε και τουριστικών προϊόντων. Έτσι λοιπόν οι τουριστικοί επιχειρηματίες παίρνουν βασικές αποφάσεις για τις τουριστικές επιχειρήσεις και αναλαμβάνουν τους οικονομικούς κινδύνους που συνεπάγεται η λειτουργία τους και κατ' επέκταση η παραγωγή και διάθεση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

11. Το κόστος τουριστικής παραγωγής

Η έννοια των τουριστικού κόστους ταυτίζεται τις περισσότερες φορές με την απόκτηση κάποιου τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας αντί κάποιου χρηματικού

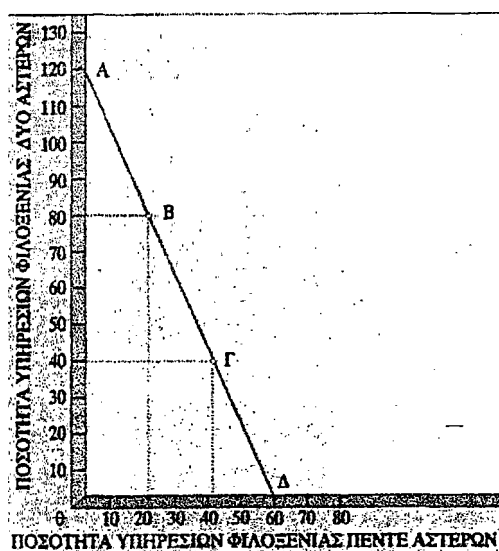
ποσού. Αυτό είναι οπωσδήποτε λάθος, γιατί η έννοια τον τουριστικού κόστους είναι πιο πλατιά και πιο ουσιαστική. Κατά συνέπεια πίσω από το χρηματικό κόστος ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας κρύβεται το πραγματικό τουριστικό κόστος, που θα επιχειρηθεί να αναλυθεί αμέσως πιο κάτω.

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω τόσο τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες όσο και οι συντελεστές παραγωγής τους είναι ποσοτικά περιορισμένοι σε σχέση με τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες που υπάρχουν. Αυτό σημαίνει ότι οι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που μπορούν να παραχθούν σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο, είναι αναγκαστικά περιορισμένες. Κατά συνέπεια αν μια τουριστική οικονομία θελήσει για οποιοδήποτε λόγο να αυξήσει την παραγωγή ενός συγκεκριμένου τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας θα πρέπει να μειώσει αντίστοιχα την παραγωγή κάποιου άλλου τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας. Με άλλα λόγια η παραγωγή ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας δεσμεύει ορισμένους συντελεστές παραγωγής που θα μπορούσαν διαφορετικά, μέσα σε κάποια όρια, να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή κάποιου άλλου τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας. Είναι λοιπόν ολοφάνερο ότι η παραγωγή κάποιου τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας σημαίνει ταυτόχρονα και θυσία του άλλου ή άλλων τουριστικών προϊόντων που θα μπορούσαν να παραχθούν με τους ίδιους παραγωγικούς συντελεστές. Αυτή είναι η πραγματική έννοια του κόστους της τουριστικής παραγωγής. Έτσι λοιπόν, συνοψίζοντας όσα εκτέθηκαν πιο πάνω μπορεί να επωθεί ότι το πραγματικό κόστος ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας είναι τα άλλα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που θυσιάστηκαν για χάρη της παραγωγής τους. Το πραγματικό κόστος τουριστικής παραγωγής χαρακτηρίζεται και σαν τουριστικό κόστος ευκαιρίας ή ακόμα και εναλλακτικό τουριστικό κόστος, μπορεί δε εύκολα να βρεθεί από την καμπύλη των δυνατοτήτων παραγωγής της τουριστικής οικονομίας.

Αν υποθεθεί ότι μια τουριστική οικονομία παράγει μόνο υπηρεσίες φιλοξενίας πέντε αστέρων και γι' αυτόν τον σκοπό χρησιμοποιεί όλους τους διαθέσιμους συντελεστές τουριστικής παραγωγής, τότε σύμφωνα με το σχετικό διάγραμμα 1, η μεγαλύτερη ποσότητα υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων που μπορούν να παραχθούν σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο είναι 120 μονάδες, όπως φαίνεται στο σημείο Α. Αν η τουριστική οικονομία αποφασίσει για οποιοδήποτε λόγο να μειώσει

την παραγωγή αυτής της κατηγορίας υπηρεσιών φιλοξενίας κατά 40 μονάδες, θα ελευθερωθούν αυτόματα ορισμένοι συντελεστές τουριστικής παραγωγής που θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή 20 μονάδων υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων.

Διάγραμμα 1.
Η καμπύλη δυνατοτήτων παραγωγής της τουριστικής οικονομίας



Σε περίπτωση πάλι που η παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων μειωθεί κατά 40 ακόμα μονάδες, είναι επόμενο ότι θα ελευθερωθούν και άλλοι συντελεστές τουριστικής παραγωγής που αν χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων θα την αυξήσουν κατά 20 μονάδες. Έτσι λοιπόν η συνολική παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων θα αυξηθεί από 20 σε 40 μονάδες. Αν πάλι η τουριστική οικονομία αποφασίσει να παράγει μόνο υπηρεσίες φιλοξενίας πέντε αστέρων, τότε η συνολική ποσότητα τους που θα μπορεί να παραχθεί θα είναι 60 μονάδες. Τα σημεία A, B, Γ και Δ στην καμπύλη του σχετικού διαγράμματος, αλλά και πολλά άλλα που θα μπορούσαν να έχουν παρθεί, δείχνουν τις δυνατότητες παραγωγής που έχει η τουριστική οικονομία, γι' αυτό άλλωστε και χαρακτηρίζεται αυτή σαν καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας. Από αυτήν μπορεί εύκολα να βρεθεί το εναλλακτικό κόστος της παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος σε όρους του άλλου. Αν για παράδειγμα υποτεθεί ότι η τουριστική οικονομία βρίσκεται στο σημείο B, δηλαδή παράγει 20 μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων και 80 μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων και για οποιονδήποτε λόγο αποφασιστεί η αύξηση της παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων

κατά 20 μονάδες, πρέπει απαραίτητα να αποσπαστούν συντελεστές παραγωγής από την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων. Κατά συνέπεια η παραγωγή των υπηρεσιών φιλοξενίας αυτής της κατηγορίας αναπόφευκτα θα μειωθεί. Αν λοιπόν η παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων μειωθεί κατά 40 μονάδες, τότε η απόφαση που πάρθηκε να αυξηθεί η παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων κατά 20 μονάδες οπωσδήποτε θα πραγματοποιηθεί. Όπως διαπιστώνεται εύκολα η πιο πάνω απόφαση συνεπάγεται κάποιο κόστος. Συγκεκριμένα το πραγματικό ή εναλλακτικό κόστος παραγωγής 1 μονάδας υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων είναι 2 μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων. Αυτό σημαίνει ότι για να αποκτήσει η τουριστική οικονομία 20 επιπλέον μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων θα πρέπει να θυσιαστούν 40 μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων. Με άλλα λόγια θα πρέπει να θυσιαστούν 2 μονάδες υπηρεσιών φιλοξενίας δυο αστέρων για κάθε μονάδα υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων που παράγεται.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι το χρηματικό κόστος ενός τουριστικού αγαθού ή μιας τουριστικής- υπηρεσίας δεν είναι παρά το πραγματικό ή εναλλακτικό τον κόστος, εκφρασμένο σε χρήμα και όχι σε όρους άλλων τουριστικών αγαθών ή υπηρεσίας.

12. Το τουριστικό πακέτο

Κατά μια υπεραπλουστευμένη έκφραση τα άυλα τουριστικά προϊόντα που προσφέρονται συνδυασμένα χαρακτηρίζονται σαν τουριστικό πακέτο ή πακέτο περιήγησης που περιλαμβάνει στην απλούστερη του μορφή πέντε βασικά συστατικά στοιχεία και συγκεκριμένα τα πιο κάτω:

(α) Τον τουριστικό προορισμό: έχει συνήθως συγκεντρωμένες πρώτες ύλες που δεν μπορούν να μεταφερθούν αλλού για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα τα φυσικά, κλιματολογικά και πολιτιστικά στοιχεία που ταυτόχρονα αποτελούν και σημαντικότερα θέλγητρα του. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι τα στοιχεία αυτά από μόνα τους κάθε άλλο παρά αυτόματα να χαρακτηρίσουν μπορούν έναν προορισμό σαν τουριστικό. Για να γίνει αυτό θα πρέπει οπωσδήποτε να υπάρξουν και ορισμένες άλλες βασικές προϋποθέσεις, όπως είναι για παράδειγμα τα απαραίτητα έργα τουριστικής υποδομής και ανωδο-

μής, μα πάνω απ' όλα θα πρέπει ο τουριστικός προορισμός να είναι οικονομικά προσιτός και αυτό για να μην επιβαρύνει δυσανάλογα το κόστος του τουριστικού πακέτου και το κάνει απρόσιτο στους περισσότερους τουρίστες.

(β) Το μεταφορικό μέσο: με αυτό πραγματοποιεί ο τουρίστας το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του. Το συνηθέστερο μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιείται σήμερα για μικρές και μεγάλες αποστάσεις είναι αναμφίβολα το αεροπλάνο. Για μικρές πάλι αποστάσεις το τρένο, το πούλμαν και κυρίως το επιβατικό αυτοκίνητο. Στη διαμόρφωση της τιμής του τουριστικού πακέτου καθοριστικό ρόλο παίζει το μεταφορικό μέσο που θα επιλεγεί για να πραγματοποιηθεί το τουριστικό ταξίδι. Όσο πιο άνετο ή και ταχύτερο είναι το μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιείται στην παραγωγή του τουριστικού πακέτου τόσο πιο πολύ επιβαρύνεται το κόστος του.

Ειδικότερα για τα γρήγορα μεταφορικά μέσα θα πρέπει να ειπωθεί ότι αν και ακριβότερα από τα άλλα, χρησιμοποιούνται συχνά και σε κοντινότερες αποστάσεις εξαιτίας του γεγονότος ότι εξοικονομούν χρόνο στους τουρίστες. Αυτό εκτιμάται ιδιαίτερα από ορισμένους ανθρώπους που ο ελεύθερος χρόνος που έχουν στη διάθεσή τους για τουρισμό είναι λιγοστός και κατά συνέπεια πολύτιμος.

(γ) Το κατάλυμα: είναι το μέρος που φιλοξενείται ο τουρίστας τόσο στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται όσο και κατά τη διάρκεια της τουριστικής του μετακίνησης από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του σε αυτόν και αντίστροφα. Το κατάλυμα διαφέρει και ως προς τον τύπο αλλά και ως προς την κατηγορία. Συγκεκριμένα μπορεί να έχει τη μορφή ξενοδοχείου, μοτέλ, μπανγκαλόου, βίλας, σαλέ, διαμερίσματος, ξενώνα, κάμπινγκ κλπ. Όπως το είδος του μεταφορικού μέσου που θα χρησιμοποιηθεί για το ταξίδι του τουρίστα, έτσι και το κατάλυμα που θα χρησιμοποιηθεί για τη διαμονή του στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τιμής του τουριστικού πακέτου και κατ' επέκταση στην απρόσκοπτη διάθεση του στην τουριστική αγορά.

(δ) Το πρόγευμα: είναι το είδος διατροφής που συμπεριλαμβάνεται κατά κανόνα όχι μόνο σε αυτά τα τουριστικά πακέτα που παράγονται και προσφέρονται στην απλούστερη τους μορφή, αλλά σε όλα γενικά τα τουριστικά πακέτα που παράγονται και προσφέρονται για την ικανοποίηση συγκεκριμένων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των αγοραστών τους. Το πρόγευμα μπορεί να είναι το απλό ευρωπαϊκό

τύπου ή το σύνθετο αγγλικού τύπου που κοστίζει, όπως είναι φυσικό, ακριβότερα.

(ε) Το τράνσφερ: εξασφαλίζει την άνετη μεταφορά του τουρίστα από το σημείο άφιξης του στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται (αεροδρόμιο, λιμάνι, σιδηροδρομικό σταθμό κλπ.) στο ξενοδοχείο ή οποιοδήποτε κατάλυμα διαμονής του και αντίστροφα. Το τράνσφερ γίνεται συνήθως με πολυτελή πούλμαν, ορισμένες όμως φορές γίνονται και με ταξί ή λιμουζίνα εφόσον τράνσφερ αυτής της κατηγορίας συμπεριλαμβάνεται στο τουριστικό πακέτο ή το ζητά ειδικά ο τουρίστας.

13. Η τουριστική κατανάλωση ή χρήση

Η ταχύρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού μεταπολεμικά έθεσε την οικονομική επιστήμη μπροστά σε μια σειρά προβλημάτων μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνεται και το πρόβλημα της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης. Ποιο είναι όμως το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης;

Η τουριστική κατανάλωση ή χρήση θα μπορούσε να οριστεί σαν η δαπάνη διαθέσιμου χρηματικού εισοδήματος, που πραγματοποιείται από πλευράς ενός ατόμου, με σκοπό να αποκτήσει τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, για να ικανοποιήσει συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τον σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

Σύμφωνα λοιπόν με τον πιο πάνω ορισμό, τουριστική κατανάλωση ή χρήση εννοείται η κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων που πραγματοποιείται εκ μέρους των ανθρώπων και έχει σαν σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, μέσα σε μια καθορισμένη χρονική περίοδο, στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται. Αυτό απλούστατα σημαίνει ότι οι άνθρωποι που δαπανούν χρήματα για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, δεν κάνουν καμιά απολύτως ενέργεια που θα τους αποφέρει κέρδος. Με άλλα λόγια οι τουριστικές δαπάνες πραγματοποιούνται για την απόκτηση τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες.

Με την άποψη αυτή για το χαρακτήρα της τουριστικής δαπάνης συμφωνούν όλοι σχεδόν οι οικονομολόγοι που ασχολούνται με τη μελέτη και ανάλυση των διάφορων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας. Το συμπέρασμα αυτό βγαίνει μεταξύ άλλων και από το γεγονός ότι όλοι οι γνωστοί ορισμοί για τον τουρίστα απο-

κλείουν το σκοπό της αποκόμισης κέρδους εκ μέρους του από τα χρήματα που δαπανά για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του, που σημαίνει ότι δεν εμπλέκεται σε καμιά παραγωγική δραστηριότητα.

Η ταύτιση του τουρίστα με τον καταναλωτή ή χρήστη τουριστικών προϊόντων αποτελεί αναμφίβολα το βασικό χαρακτηριστικό τον τουρισμού και ταυτόχρονα το πραγματικό τον υπόβαθρο. Παρ' όλα αυτά όμως η ταύτιση αυτή του τουρίστα με τον καταναλωτή δεν εκφράζει την προέλευση του, αλλά μόνο την εξωτερική φάση της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης, δηλαδή τους όρους και τους παράγοντες που την προκαλούν.

Όπως διαπιστώνεται απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών βρίσκεται σε συναρτησιακή σχέση προς την τουριστική κατανάλωση ή χρήση. Για να φτάσει όμως ο άνθρωπος στο σημείο να αποφασίσει να δαπανήσει χρήματα για την απόκτηση τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες του, είναι απαραίτητο ορισμένοι παράγοντες να επηρεάσουν τη λήψη της σχετικής απόφασης εκ μέρους του.

Αυτή καθαυτή η πράξη της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης δεν αποτελεί τίποτα περισσότερο από μια ενέργεια τον ανθρώπου μεταξύ πολλών άλλων, που αποβλέπει στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του. Είναι γνωστό όμως ότι η συμπεριφορά του ανθρώπου είναι η συνισταμένη της βιολογικής, ψυχοπνευματικής και κοινωνικής οντότητας τον. Κατά συνέπεια αν θέλει να είναι κανείς ακριβής στον καθορισμό των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν αποφασιστικά τη διάθεση του ανθρώπου για κατανάλωση ή χρήση τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών, πρέπει απαραίτητα να λάβει υπόψη του την τρισυπόστατη αυτή οντότητα του. Με βάση λοιπόν αυτό το κριτήριο οι παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη απόφασης, εκ μέρους του ανθρώπου, για κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες, μπορούν να διακριθούν σε ενδογενείς και εξωγενείς. Στους πρώτους περιλαμβάνονται ψυχοφυσικοί και πολιτικοί παράγοντες, ενώ στους δεύτερους το ατομικό εισόδημα, οι κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες και τέλος η διαφήμιση.

14. Η τουριστική αγορά

Τα προϊόντα που παράγει η τουριστική οικονομία, δηλαδή τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, πουλιούνται από ορισμένους και αγοράζονται από άλλους. Ο χώρος που πραγματοποιούνται οι αγοραπωλησίες αυτές αλλά και κάθε αγοραπωλησία χαρακτηρίζεται σαν αγορά. Στην προκειμένη δε περίπτωση τουριστική αγορά Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι η αγοραπωλησία δεν γίνεται πάντα σε ένα καθορισμένο χώρο, όπως είναι για παράδειγμα η υποδοχή του ξενοδοχείου ή ο χώρος συναλλαγών των τουρ οπερέτορς. Συγκεκριμένα μπορεί αυτή να γίνει χωρίς τη φυσική παρουσία των πωλητών και αγοραστών τουριστικών προϊόντων, όπως για παράδειγμα με ένα τέλος, ένα τηλεγράφημα, ένα φαξ, ένα τηλεφώνημα ή μια επιστολή. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο και η έννοια της τουριστικής αγοράς δεν περιορίζεται σε ένα στενό πολεοδομικό ή γεωγραφικό χώρο. Πολύ περισσότερο δε όλα εκείνα τα μέσα με τα οποία μπορεί να γίνει μια αγοραπωλησία τουριστικών προϊόντων, καθώς επίσης όλοι οι σχετικοί χώροι στους οποίους μπορεί να πραγματοποιηθεί αυτή. Με άλλα λόγια η τουριστική αγορά δεν έχει χωροταξική διάσταση.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο μηχανισμός της τουριστικής αγοράς, όπως και κάθε αγοράς, παρουσιάζει ορισμένες ατέλειες ή αδυναμίες που κάθε άλλο παρά επιθυμητές είναι από τους ντόπιους και ξένους τουρίστες. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο το σύγχρονο κράτος και συγκεκριμένα η πολιτική του εξουσία, σαν ο κυριότερος από τους φορείς της τουριστικής πολιτικής που είναι, έχει αναλάβει αποφασιστικό ρόλο για τη διόρθωση ή θεραπεία στο μέτρο του εφικτού των ατελειών ή αδυναμιών αυτών. Και πραγματικά το πετυχαίνει αυτό άλλοτε λιγότερο και άλλοτε πάλι περισσότερο με κατάλληλους χειρισμούς και επεμβάσεις στην τουριστική οικονομία.

Ο όρος «τουριστική αγορά» σημαίνει προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων. Σε ό,τι αφορά στην προσφορά τουριστικών προϊόντων αυτή θα πρέπει να πληροί ορισμένες βασικές προϋποθέσεις και συγκεκριμένα την ύπαρξη παραγωγών τουριστικών προϊόντων που επιδιώκουν να τα διαθέσουν επικερδώς, καθώς επίσης να ικανοποιήσουν ποσοτικά και ποιοτικά τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Σε ό,τι πάλι αφορά στη ζήτηση τουριστικών προϊόντων και αυτή με τη σειρά της θα πρέπει να πληροί ορισμένες προϋποθέσεις και συγκεκριμένα την ύπαρξη ανθρώπων με τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, με αγοραστική δύναμη και καταναλωτική

συμπεριφορά.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω, η τουριστική αγορά θα μπορούσε να οριστεί σαν το σύνολο των δυνάμεων και συνθηκών που οδηγούν πωλητές και αγοραστές τουριστικών προϊόντων στη λήψη αποφάσεων που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των δευτέρων, δηλαδή των αγοραστών τουριστικών προϊόντων, με την επικερδή διάθεση σε αυτούς εκ μέρους των πρώτων, δηλαδή των πωλητών τουριστικών προϊόντων, τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Η συμπεριφορά του αγοραστή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, δηλαδή του τουρίστα, αναφέρεται σε όλες τις φυσιολογικές, ψυχολογικές και κοινωνικές αιτίες που τον κάνουν να αντιδρά με ορισμένο τρόπο σε διαφημιστικές και άλλες προκλήσεις. Οι αιτίες αυτές όμως είναι αδύνατο να εισημανθούν και να μελετηθούν σε γενικεύσεις από τους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και αυτό γιατί η τουριστική αγορά δεν είναι απλά μια άμορφη μάζα αγοραστών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που αντιδρούν κατά τύχη, δηλαδή συμπτωματικά, στο τουριστικό μάρκετινγκ των τουρ οπερέιτορς, των ξενοδόχων, των αεροπορικών εταιριών κλπ. Στην προσπάθεια μελέτης της αγοραστικής συμπεριφοράς των τουριστών χρειάζεται να τμηματοποιηθεί η τουριστική αγορά σε όσο το δυνατό ομοιογενέστερα τμήματα, καθώς επίσης να μελετηθούν σε βάθος οι διάφοροι τύποι αγοραστικής συμπεριφοράς των τουριστών. Αναμφίβολα η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς με διάφορα κριτήρια και κατά κύριο λόγο με γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά και τουριστικής συμπεριφοράς, διευκολύνει την ανάλυση της που γίνεται για να επιτευχθεί ένας καλός συνδυασμός τουριστικής αγοράς - τουριστικού προϊόντος και της προώθησης του.

Η ανάλυση τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς βασίζεται στην αρχή του τεμαχισμού της αγοράς που αναπτύχθηκε μετά από μακροχρόνιες παρατηρήσεις και που οδήγησαν στα πιο κάτω συμπεράσματα:

(α) Κάθε εμπορικό σήμα ή φίρμα τουριστικού προϊόντος φαίνεται να κινείται καλύτερα σε ορισμένα τμήματα της τουριστικής αγοράς απ' ό,τι σε ολόκληρη την τουριστική αγορά.

(β) Πολλοί επιχειρηματικοί στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων εξαρτώνται αποκλειστικά και μόνο από τη γνώση του πώς τμήματα της τουριστικής αγοράς,

όπου μια τουριστική επιχείρηση έχει τους περισσότερους πελάτες, διαφέρουν αναφορικά με το τι θέλουν και πώς επηρεάζονται από άλλα τμήματα της τουριστικής αγοράς, όπου οι ανταγωνίστριες τουριστικές επιχειρήσεις έχουν περισσότερους πελάτες.

(γ) Οι διάφορες κλασικές μέθοδοι τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς δεν παρέχουν αυτήν την γνώση ή ικανοποιητικές εξηγήσεις.

Μια σωστή ανάλυση τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς βοηθά μια τουριστική επιχείρηση στα πιο κάτω:

(α) Να καταλάβει καλύτερα τις δημογραφικές πληροφορίες της τουριστικής αγοράς και να τις χρησιμοποιήσει όπως πρέπει.

(β) Να σχεδιάσει το τουριστικό προϊόν κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να ανταποκρίνεται στη ζήτηση της τουριστικής αγοράς και μόνο.

(γ) Να κατευθύνει το ποσό των χρημάτων και την προσπάθεια που χρειάζεται για την προώθηση των τουριστικών της προϊόντων στα τμήματα εκείνα της τουριστικής αγοράς όπου υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες μεγιστοποίησης των κερδών της.

(δ) Να χαράξει μια ορθολογιστική στρατηγική στη διαφημιστική της εκστρατεία, διαλέγοντας τα πιο κατάλληλα διαφημιστικά μέσα και κατανέμοντας τα διαφημιστικά έξοδα της ανάλογα με την αποτελεσματικότητα του κάθε διαφημιστικού μέσου.

(ε) Να προσαρμόσει το χρόνο διαφήμισης και της προσπάθειας προώθησης του τουριστικού προϊόντος, ώστε να συμπέσουν σε περιόδους καλύτερης αποδεκτικότητας και λιγότερης αντίδρασης εκ μέρους των αγοραστών.

(στ) Να αντιληφθεί τις πρώτες ενδείξεις μιας νέας μεγάλης τάσης αλλαγών στην τουριστική αγορά και να ετοιμαστεί έγκαιρα να τις εκμεταλλευτεί επικερδέστερα.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι για να είναι πρακτικά χρήσιμη η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς θα πρέπει να παρουσιάζει ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά και συγκεκριμένα τη δυνατότητα να μετρηθεί η αγοραστική δύναμη του πληθυσμού των διάφορων τμημάτων της, καθώς επίσης να είναι προσπελάσιμα αυτά, δηλαδή να μπορούν να προσεγγιστούν και να εξυπηρετηθούν όσο το δυνατό πληρέστερα και καλύτερα γίνεται.

15. Οι τουριστικές εξαγωγές και εισαγωγές

Οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται αποτελούν αναμφίβολα τονωτικές «ενέσεις» στην οικονομία του και κατ' επέκταση στην οικονομία της χώρας υποδοχής τουριστών.

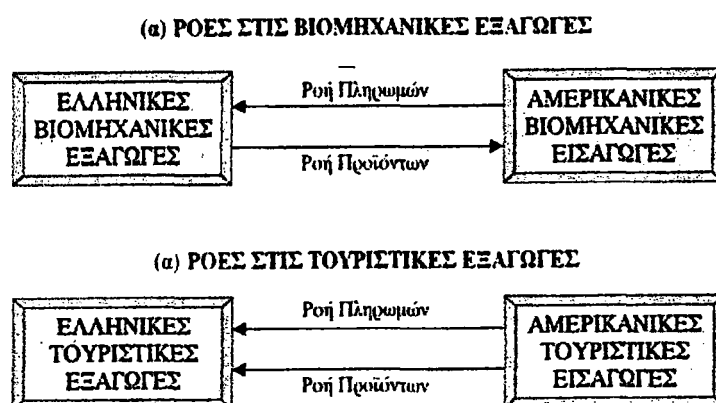
Όταν οι Αμερικάνοι ταξιδεύουν σε μια ξένη χώρα για τουριστικούς λόγους ξοδεύουν ένα μέρος του διακριτικού τους εισοδήματος για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Αν για παράδειγμα έρθουν αυτοί στην Ελλάδα για τουρισμό, θα ξοδέψουν χρήματα που κέρδισαν στην πατρίδα τους ή κάπου αλλού και με αυτόν τον τρόπο θα εισάγουν συνάλλαγμα σε αυτήν που δεν υπήρχε προηγούμενα και που της είναι οπωσδήποτε απαραίτητο για τη χρηματοδότηση των μεγάλων παραγωγικών έργων της οικονομίας της, αλλά για να καλύψει ένα μέρος του ελλείμματος του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών της. Με αυτήν την έννοια οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από Αμερικάνους αλλά και άλλους ξένους τουρίστες στην Ελλάδα για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, αντιπροσωπεύουν τις τουριστικές εξαγωγές της Ελλάδας προς τις Η.Π.Α. και άλλες χώρες. Η θέση αυτή μπορεί κατά κάποιον τρόπο να δημιουργεί σύγχυση και αυτό γιατί όταν γίνεται λόγος για εξαγωγές είναι φυσικό να τις συνδέει κανείς με κάποιο υλικό προϊόν που εξάγεται από μια χώρα. Όταν η Ελλάδα πουλά για παράδειγμα παπούτσια και κρασιά στις Η.Π.Α., αυτό σημαίνει ότι τα προϊόντα αυτά στέλνονται εκτός Ελλάδας, δηλαδή εξάγονται. Στο παράδειγμα των Αμερικάνων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για να αγοράσουν τουριστικά προϊόντα με τα οποία θα επιχειρήσουν αυτοί να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους, δεν συμβαίνει όμως το ίδιο. Λογικά λοιπόν γεννιέται το ερώτημα: πώς μπορεί αυτό να θεωρηθεί σαν ελληνική εξαγωγή προς τις Η.Π.Α.; Από πρώτη όψη φαίνεται να υπάρχει μια αντίφαση στην ορολογία που χρησιμοποιείται. Όπως και να έχουν όμως τα πράγματα βέβαιο είναι ότι οι τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα αγοράζουν τουριστικές εμπειρίες. Όταν φεύγουν από την Ελλάδα μπορεί να μην παίρνουν μαζί τους κάποιο ανάλογο υλικό προϊόν σε αξία με αυτά τα οποία ξόδεψαν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους, σίγουρα όμως παίρνουν μαζί τους τις τουριστικές εμπειρίες που αγόρασαν. Συνεπώς η Ελλάδα κάνα εξαγωγές τουριστικών εμπειριών, που σε τελευταία ανάλυση αποτελούν

την περμπουσία τον τουρισμού.

Στο σχετικό διάγραμμα 2 επιχειρείται να διεκρινιστεί το εννοιολογικό περιεχόμενο των τουριστικών εξαγωγών. Όταν λοιπόν Αμερικάνοι τουρίστες ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους στην Ελλάδα και ξοδεύουν εκεί χρήματα για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, αυτό αποτελεί για την αμερικάνικη οικονομία μια τουριστική εισαγωγή. Το ίδιο όμως συμβαίνει όταν Έλληνες ταξιδεύουν στην Αμερική για τουριστικούς λόγους. Τα χρήματα που ξοδεύουν εκεί για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους αποτελούν μια τουριστική εισαγωγή για την ελληνική οικονομία.

Διάγραμμα 2

Οι ροές στις τουριστικές και βιομηχανικές εξαγωγές



Στις τουριστικές εξαγωγές οι ροές τουριστών και πληρωμών είναι προς την ίδια κατεύθυνση, ενώ στις βιομηχανικές εξαγωγές οι δυο αυτές ροές είναι σε αντίθετη κατεύθυνση. Εκεί ακριβώς βρίσκεται και η όλη σύγχυση. Όμως αν θα έβλεπε κανείς προς την κατεύθυνση των ροών των πληρωμών, προκειμένου να αποφασίσει τι είναι στην πραγματικότητα μια εξαγωγή, θα διαπίστωνε ότι δεν υπάρχει ουσιαστικά αντίφαση μεταξύ των δύο περιπτώσεων. Όταν πληρωμές ρέουν στην Ελλάδα, αυτό σημαίνει ότι κάτι έχει εξαχθεί, όπως για παράδειγμα τουριστικές εμπειρίες ή βιομηχανικά προϊόντα. Και στις δυο περιπτώσεις όμως οι ροές των πληρωμών είναι, όπως ήδη ειπώθηκε, προς την ίδια κατεύθυνση: προς την κατεύθυνση της Ελλάδας.

16. Οι τουριστικές δαπάνες

Όπως έχει αποδειχτεί στην πράξη, η πραγματοποίηση εκ μέρους του τουρίστα μιας δαπάνης, δηλαδή η διάθεση εκ μέρους του ενός χρηματικού ποσού για την αγορά ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας, όπως είναι για παράδειγμα η εξόφληση του λογαριασμού του ξενοδοχείου, η αγορά τουριστικών αναμνηστικών κλπ. δεν περιορίζεται απλά και μόνο σε αυτήν την πράξη, αλλά η ροή συνεχίζεται μέσα σε ένα ευρύτερο οικονομικό κύκλωμα. Συγκεκριμένα μέσα σε μια καθορισμένη χρονική περίοδο ξοδεύονται και εισπράττονται ταυτόχρονα χρηματικά ποσά μεταξύ αυτών που συναλλάσσονται στην τουριστική οικονομία, δηλαδή των πωλητών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα είναι οι ξενοδόχοι, οι ταξιδιωτικοί / τουριστικοί πράκτορες κλπ. και των αγοραστών τους, δηλαδή των τουριστών, με συνέπεια να αποτελούν αυτά τουριστική δαπάνη από τη μια πλευρά και τουριστικό εισόδημα από την άλλη. Έτσι λοιπόν, έχοντας σαν δεδομένο ότι ο τουρισμός προκαλεί την ανάπτυξη παραγωγικής δραστηριότητας και παράλληλα καταναλωτικής, μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί ότι στην έννοια της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης περιλαμβάνονται όλες οι δαπάνες που έγιναν από έναν τουρίστα, κατά τη διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών του αναγκών ή επιθυμιών. Εκείνο όμως που δεν είναι εύκολο να διαπιστωθεί στην προκειμένη περίπτωση είναι ο ακριβής προσδιορισμός της τουριστικής δαπάνης, σε ό,τι αφορά στην αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Με άλλα λόγια είναι, δύσκολο να προσδιοριστεί το ποσοστό της τουριστικής δαπάνης, που πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την αγορά τουριστικών προϊόντων. Αυτό βασικά συμβαίνει γιατί ορισμένα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες έχουν την ιδιότητα να χρησιμοποιούνται τόσο κατά τη διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών όσο και μετά την ολοκλήρωση της. Η διαπίστωση αυτή οδηγεί αναγκαστικά στο διαχωρισμό των τουριστικών δαπανών σε διάφορες κατηγορίες, γιατί μόνο έτσι μπορεί να καθοριστεί με σαφήνεια το εννοιολογικό τους περιεχόμενο.

Για το σκοπό αυτό μπορούν μεταξύ άλλων να χρησιμοποιηθούν συνδυασμένα δυο τρόποι. Ο μεν πρώτος από αυτούς αφορά στη διάκριση των τουριστικών δαπανών με κριτήριο πραγματοποίησης τους το συγκεκριμένο τόπο και χρόνο, ο δε δεύτερος με κριτήριο τη σκοπιμότητα της τουριστικής δαπάνης:

16.1. Διακρίσεις τουριστικών δαπανών από άποψης τόπου και χρόνου

(1) *Έμμεσες τουριστικές δαπάνες*: χαρακτηρίζονται αυτές που χρονικά προηγούνται της τουριστικής μετακίνησης και πραγματοποιούνται στον τόπο της μόνιμης διαμονής του τουρίστα. Τέτοιου είδους δαπάνες γίνονται για παράδειγμα για την προμήθεια ειδών ταξιδιού, έκδοση διαβατηρίου κλπ.

(2) *Άμεσες τουριστικές δαπάνες*: χαρακτηρίζονται αυτές που χρονικά πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης και εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής του τουρίστα. Οι δαπάνες του είδους αυτού αφορούν στα έξοδα που γίνονται για την απόκτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που χρησιμεύουν στην ικανοποίηση τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών, όπως για παράδειγμα διαμονής, σίτισης, ψυχαγωγίας κλπ.

16.2. Διακρίσεις τουριστικών δαπανών από άποψης σκοπού

(1) *Αφανείς τουριστικές δαπάνες*: αυτές πραγματοποιούνται χρονικά είτε πριν την τουριστική μετακίνηση είτε κατά τη διάρκεια της και αποβλέπουν στην απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών που δεν μπορεί να επωθεί ότι υπάγονται άμεσα στην τουριστική παραγωγή. Τέτοιου είδους δαπάνες, παρ' όλο ότι θα μπορούσαν να έχουν γίνει ακόμα και αν δεν πραγματοποιείτο η τουριστική μετακίνηση, θεωρούνται σαν τουριστικές εφόσον έγιναν είτε πριν την τουριστική μετακίνηση είτε κατά τη διάρκεια της. Στην κατηγορία αυτή υπάγονται για παράδειγμα δαπάνες που έγιναν για την αγορά ειδών καλλωπισμού, ένδυσης, τροφίμων, έργων τέχνης κλπ. από καταστήματα που κάθε άλλο παρά σαν τουριστικά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν, πλην όμως χρήσιμα για την τουριστική μετακίνηση ή και μετά από αυτήν ακόμα.

(2) *Εμφανείς τουριστικές δαπάνες*: αυτές πραγματοποιούνται για την απόκτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται όλα τα έξοδα που γίνονται για διαμονή σε ξενοδοχεία, διατροφή σε εστιατόρια, χρησιμοποίηση συγκοινωνιακών μέσων, ψυχαγωγία, αγορά τουριστικών ενθυμίων κλπ., δηλαδή δαπάνες που γίνονται για την αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται αποκλειστικά και μόνο από τουριστικές επιχειρήσεις με τη στενή έννοια του όρου.

(3) *Συμπληρωματικές δαπάνες*: αυτές αποτελούν μια ενδιάμεση κατηγορία

δαπανών και αυτό γιατί ενώ η σκοπιμότητα τους είναι διαφορετική, συνδέονται άμεσα με την τουριστική μετακίνηση και γενικότερα με την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Χαρακτηριστικό των δαπανών αυτών είναι ότι δεν πραγματοποιούνται αν δεν μετακινηθεί ο τουρίστας. Αντιπροσωπευτικότερο παράδειγμα της κατηγορίας αυτής των δαπανών είναι αναμφισβήτητα τα μεταφορικά έξοδα, που δεν θα είχαν γίνει ποτέ εκ μέρους του τουρίστα αν δεν πραγματοποιείτο η τουριστική μετακίνηση του.

Ο διαχωρισμός των τουριστικών δαπανών στις πιο πάνω κατηγορίες πέρα απ' ό,τι συμβάλλει αποφασιστικά στον καθορισμό του εννοιολογικού περιεχομένου τους, τις απομονώνει ταυτόχρονα και απ' όλες τις άλλες δαπάνες, δίνοντας έτσι ιδιαίτερη έμφαση στην τουριστική οικονομία σαν ιδιαίτερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας και στο σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει αυτή στο πλαίσιο της.

17. Οι τουριστικές επενδύσεις

Τουριστικές επενδύσεις θεωρούνται γενικά οι τοποθετήσεις κεφαλαίου από επενδυτές σε τουριστικές επιχειρήσεις με σκοπό την απόδοση σε αυτούς κάποιου εισοδήματος στο μέλλον. Αν και υπάρχουν και άλλες ερμηνείες για τους λόγους που ωθούν τα φυσικά και νομικά πρόσωπα στην πραγματοποίηση επενδύσεων σε τουριστικές επιχειρήσεις και κατ' επέκταση στην τουριστική οικονομία, τελικά όλες τους συγκλίνουν σε αυτόν τον ορισμό. Για να θεωρηθεί όμως οικονομικά σύμφωρη μια τουριστική επένδυση και κάθε είδους επένδυση, πρέπει πριν πραγματοποιηθεί αυτή να υπάρχουν βάσιμες ενδείξεις ότι θα αποδώσει στον επενδυτή μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα το κεφάλαιο που προτίθεται να επενδύσει σε μια συγκεκριμένη παραγωγική δραστηριότητα της τουριστικής οικονομίας, επιπλέον δε και κάποιο λογικό επιθυμητό κέρδος.

Όπως είναι γνωστό, η τουριστική επένδυση αποτελεί το δεύτερο σημαντικό στοιχείο της συνολικής δαπάνης της τουριστικής οικονομίας μετά την τουριστική κατανάλωση ή χρήση, ταυτίζεται δε απόλυτα με την παραγωγή κεφαλαιουχικών προϊόντων, όπως είναι για παράδειγμα τουριστικά καταλύματα, τουριστικά μεταφορικά μέσα, τουριστικά αναψυκτήρια κλπ. Αφού λοιπόν το κεφάλαιο είναι ένας από τους

σημαντικότερους συντελεστές της τουριστικής παραγωγής, είναι φυσικό η ικανότητα της τουριστικής οικονομίας για παραγωγή τουριστικών προϊόντων να εξαρτάται και από το ύψος του κεφαλαίου που θα επενδυθεί σε αυτήν. Κατά συνέπεια όταν αυξάνεται το κεφάλαιο που επενδύεται στην τουριστική οικονομία, αυξάνεται και η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας. Αντίθετα, όταν μειώνεται το κεφάλαιο που επενδύεται στην τουριστική οικονομία μειώνεται και η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας.

Το κεφάλαιο που επενδύεται στην τουριστική οικονομία αυξάνεται μόνο όταν η ακαθάριστη τουριστική επένδυση είναι μεγαλύτερη από τις αποσβέσεις. Με άλλα λόγια μόνο όταν η ακαθάριστη τουριστική επένδυση είναι μεγαλύτερη από το μέρος του κεφαλαίου που αναλώνεται για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων. Σε αυτήν την περίπτωση η καθαρή τουριστική επένδυση είναι θετική. Όταν η ακαθάριστη τουριστική επένδυση είναι ίση με τις αποσβέσεις, τότε η καθαρή τουριστική επένδυση ισούται με μηδέν, που σημαίνει ότι η τουριστική οικονομία παράγει τόσα κεφαλαιουχικά προϊόντα όσα είναι απαραίτητα για να αντικαταστήσουν το κεφάλαιο που αναλώθηκε. Επομένως στην περίπτωση αυτή τόσο το απόθεμα του κεφαλαίου όσο και η παραγωγικότητα της τουριστικής οικονομίας παραμένουν σταθερά. Αν όμως συμβεί οι αποσβέσεις να είναι μεγαλύτερες από την ακαθάριστη τουριστική επένδυση, τότε η καθαρή τουριστική επένδυση θα είναι αρνητική που σημαίνει ότι η τουριστική οικονομία αδυνατεί να αναπληρώσει το κεφάλαιο που αναλώνεται και κατά συνέπεια τόσο το απόθεμα του κεφαλαίου όσο και η παραγωγική της ικανότητα μειώνονται.

Σε αντίθεση με την τουριστική κατανάλωση ή χρήση, η τουριστική επένδυση χαρακτηρίζεται από μια αστάθεια. Με άλλα λόγια παρουσιάζει απότομες και συχνές διαχρονικές μεταβολές. Η μεταβλητότητα αυτή της τουριστικής επένδυσης επηρεάζει σημαντικά τις διακυμάνσεις που παρατηρούνται στο επίπεδο του τουριστικού εισοδήματος από τη μια πλευρά και από την άλλη της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία.

Η επενδυτική δραστηριότητα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας στην τουριστική οικονομία εξαρτάται βασικά από τα κέρδη που προσδοκούν να πετύχουν οι επενδυτές από την πραγματοποίηση επενδύσεων σε αυτήν. Οι κυριότεροι παράγοντες που

επιηρεάζουν αποφασιστικά τις προσδοκίες των επενδυτών, σχετικά με τα οικονομικά ωφελήματα που θα προκύψουν γι' αυτούς από την πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων, είναι τέσσερις και συγκεκριμένα οι εξής:

17.1. Ο ρυθμός ανάπτυξης νέων παραγωγικών μεθόδων και προϊόντων στην τουριστική οικονομία

Η εισαγωγή νέων μεθόδων στην παραγωγική διαδικασία εκ μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων οδηγεί στη μείωση του παραγωγικού τους κόστους και κατ' επέκταση στη μεγιστοποίηση των κερδών τους. Επίσης η ανάπτυξη ενός νέου τουριστικού προϊόντος συνεπάγεται ψηλά κέρδη για τις τουριστικές επιχειρήσεις που το λανσάρουν πρώτες στην τουριστική αγορά. Η ανάπτυξη όμως νέων παραγωγικών μεθόδων και τουριστικών προϊόντων είναι συχνά στενά συνυφασμένη με την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων, το ύψος των οποίων εξαρτάται από το ρυθμό της τεχνολογικής προόδου.

17.2. Το κόστος αγοράς και χρησιμοποίησης κεφαλαιουχικών προϊόντων στην τουριστική οικονομία

Το κόστος αγοράς και χρησιμοποίησης των νέων κεφαλαιουχικών προϊόντων στην τουριστική οικονομία επιηρεάζει αποφασιστικά την αποδοτικότητα της επένδυσης που πραγματοποιείται γι' αυτόν το σκοπό. Συγκεκριμένα όσο πιο χαμηλό είναι το κόστος αυτό τόσο μεγαλύτερη θα είναι η αποδοτικότητα της επένδυσης, δηλαδή το κέρδος που προσδοκά ο επενδυτής από την πραγματοποίηση της. Αντίθετα, όσο ψηλότερο είναι το κόστος αυτό τόσο μικρότερη θα είναι η αποδοτικότητα της επένδυσης και κατ' επέκταση το κέρδος που προσδοκά ο επενδυτής της.

17.3. Το κόστος του χρηματικού κεφαλαίου που απαιτείται για την αγορά υλικού κεφαλαίου στην τουριστική οικονομία

Το επιτόκιο είναι το κόστος του χρηματικού κεφαλαίου που είναι απαραίτητο για την αγορά υλικού κεφαλαίου στην τουριστική οικονομία. Όταν το χρηματικό κεφάλαιο προέρχεται από δανεισμό, το επιτόκιο αποτελεί ένα κόστος που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη από τον επενδυτή και αυτό γιατί ανάλογα με το ύψος του πε-

ριορίζεται και η αποδοτικότητα της επένδυσης του.

17.4. Η κρατική πολιτική για την τόνωση της επενδυτικής δραστηριότητας στην τουριστική οικονομία

Η κρατική πολιτική που εφαρμόζεται κάθε φορά σχετικά με τη φορολογία των κερδών των τουριστικών επιχειρήσεων και τα διάφορα κίνητρα για την ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας στην τουριστική οικονομία παίζουν οπωσδήποτε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των προσδοκιών των επενδυτών για μεγαλύτερα κέρδη, ενώ παράλληλα επηρεάζουν σημαντικά το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποιούν αυτοί.

18. Το τουριστικό προϊόν-εισόδημα

Η συνολική παραγωγή των αγαθών και υπηρεσιών που παράγει μια τουριστική οικονομία, κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, αποτελεί ένα μέτρο της οικονομικής δραστηριότητας του κλάδου, αλλά και της οικονομικής ευημερίας τόσο των παραγόντων ης τουριστικής προσφοράς όσο και των απασχολούμενων στην τουριστική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα θα μπορούσε να ειπωθεί ότι το άθροισμα της αξίας των αγαθών και υπηρεσιών που παράγει μία τουριστική οικονομία σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, που συνήθως είναι ένα έτος, χαρακτηρίζεται σαν ακαθάριστο τουριστικό προϊόν.

Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν μπορεί να προσδιοριστεί με δυο τρόπους και συγκεκριμένα τους εξής:

(α) Είτε με το να προστεθούν όλες οι δαπάνες που γίνονται στην τουριστική οικονομία για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

(β) Είτε με το να προστεθούν όλα τα εισοδήματα που δημιουργούνται από τη διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

18.1. Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σαν δαπάνη

Οι διάφορες δαπάνες που πραγματοποιούνται για την παραγωγή τουρι-

στικών αγαθών και υπηρεσιών μπορούν να χωριστούν σε τέσσερις κατηγορίες και συγκεκριμένα τις πιο κάτω:

(1) *Δαπάνες τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης*: περιλαμβάνουν όλες τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες για να αγοράσουν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες.

(2) *Ακαθάριστες ιδιωτικές τουριστικές επενδύσεις*: περιλαμβάνουν το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουριστικές επιχειρήσεις για την αγορά νέων κεφαλαιουχικών προϊόντων, καθώς επίσης εκείνες που πραγματοποιούν οι ιδιώτες για την κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων και άλλων βοηθητικών τουριστικών εγκαταστάσεων. Επίσης περιλαμβάνουν τις μεταβολές στα αποθέματα των προϊόντων που παράγουν οι τουριστικές επιχειρήσεις.

(3) *Κρατικές τουριστικές δαπάνες*: περιλαμβάνουν το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιεί το κράτος για την αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

(4) *Τουριστικές εξαγωγές μείον τουριστικές εισαγωγές*: σε αυτήν την κατηγορία η συνολική αξία των εξαγωγών τουριστικών εμπειριών μιας χώρας, που αντιπροσωπεύουν την τουριστική παραγωγή της, πρέπει να προστεθεί στο ακαθάριστο τουριστικό προϊόν της. Αντίθετα η συνολική αξία των εισαγωγών τουριστικών εμπειριών, που αντιπροσωπεύουν την τουριστική παραγωγή τρίτων χωρών, πρέπει να αφαιρεθεί από το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν.

18.2. Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σαν εισόδημα

Τα διάφορα εισοδήματα που δημιουργούνται στην τουριστική οικονομία σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο από την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών μπορούν να χωριστούν σε τέσσερις κατηγορίες και συγκεκριμένα στις πιο κάτω:

(1) *Μισθοί*: περιλαμβάνουν το σύνολο των αμοιβών του παραγωγικού συντελεστή εργασίας που συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Στους μισθούς περιλαμβάνονται εκτός από τις αμοιβές σε χρήμα των απασχολουμένων στην τουριστική οικονομία, δηλαδή τους μισθούς και τα ημερομίσθια που εισπράττουν, και αμοιβές σε είδος, όπως είναι για παράδειγμα παροχή κατοικίας, αυτοκινήτου, τροφής κλπ.

(2) *Πρόσοδοι*: περιλαμβάνουν τα ενοίκια που εισπράττουν οι ιδιοκτήτες ακίνητης περιουσίας από εκμιοθώσεις δωματίων, διαμερισμάτων, επαύλεων κλπ. Σε τουρίστες.

(3) *Τόκοι*: περιλαμβάνουν τους τόκους που εισπράττουν οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι απασχολούμενοι στην τουριστική οικονομία από δανεισμό του χρηματικού τους κεφαλαίου, όπως για παράδειγμα τραπεζικοί τόκοι καταθέσεων, ομολογιακών δανείων κλπ.

(4) *Κέρδη*: αποτελούν το υπόλοιπο που μένει όταν πια από τις εισπράξεις που πραγματοποιούνται από τη διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών αφαιρεθούν οι πληρωμές που έγιναν για να παραχθούν και διατεθούν αυτά. Αυτό σημαίνει ότι το υπόλοιπο αυτό μπορεί να είναι και αρνητικό, δηλαδή αντί κέρδη να προκύψουν ζημιές. Πέρα από αυτό όμως ενδέχεται ένα μέρος των κερδών να μη διανεμηθεί στους δικαιούχους, αλλά να παραμείνει στην τουριστική επιχείρηση για μελλοντική χρησιμοποίηση. Σε αυτήν την περίπτωση θεωρείται σαν εισόδημα από κέρδη μόνο το ποσό που μένει σαν υπόλοιπο μετά την αφαίρεση των κερδών που δεν διανέμονται από τα συνολικά κέρδη που πραγματοποιήθηκαν σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Αν τα εισοδήματα από μισθούς, προσόδους περιουσίας, τόκους και κέρδη προστεθούν, το άθροισμα τους θα πρέπει να είναι ίσο με το άθροισμα των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν για την απόκτηση του ακαθάριστου τουριστικού προϊόντος, αν ληφθούν υπόψη τα πιο κάτω:

(α) *Οι αποσβέσεις* που, όπως είναι γνωστό, αποτελούν φθορά τον τουριστικού κεφαλαίου από τη χρησιμοποίηση των στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, περιλαμβάνονται στο κόστος παραγωγής τους. Με άλλα λόγια αποτελούν μέρος της προστιθέμενης αξίας τους, πλην όμως δεν εμφανίζονται πουθενά σαν εισόδημα ιδιωτών, που σημαίνει ότι η χρηματική αξία τους παραμένει στη διάθεση της τουριστικής επιχείρησης και συγκεκριμένα των κατόχων της. Κατά συνέπεια όταν αθροίζει κανείς τα διάφορα εισοδήματα, θα πρέπει να συμπεριλάβει οπωσδήποτε και τις αποσβέσεις,

(β) *Στην τιμή διάθεσης* των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών και επομένως και στην τουριστική δαπάνη, περιλαμβάνονται και οι έμμεσοι φόροι που, όπως

είναι γνωστό, δεν εμφανίζονται πουθενά σαν εισόδημα. Κατά συνέπεια για να είναι το άθροισμα των δαπανών που πραγματοποιούνται για την απόκτηση του ακαθάριστου τουριστικού προϊόντος ίσο με το άθροισμα των εισοδημάτων που δημιουργούνται από την παραγωγή του, θα πρέπει να προστεθούν στην πλευρά των εισοδημάτων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία εκτός από τις αποσβέσεις και οι έμμεσοι φόροι.

Οι αποσβέσεις, όπως ήδη ειπώθηκε, παριστάνουν το μέρος του κεφαλαίου της τουριστικής οικονομίας που αναλώνεται για την παραγωγή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Κατά συνέπεια για να διατηρηθεί η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας στο ίδιο τουλάχιστον επίπεδο, θα πρέπει το κεφάλαιο που αναλώθηκε για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μια ορισμένη χρονική περίοδο να αντικατασταθεί με καινούργιο από την τρέχουσα τουριστική παραγωγή. Το προϊόν που μένει μετά την αφαίρεση των αποσβέσεων αποτελεί το καθαρό τουριστικό προϊόν, το οποίο μπορεί να καταναλωθεί τελείως χωρίς αυτό να έχει οποιαδήποτε αρνητική επίδραση στην μελλοντική παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας.

Αν πάλι από το καθαρό τουριστικό προϊόν αφαιρεθούν οι έμμεσοι φόροι και προστεθούν οι κρατικές επιδοτήσεις στην τουριστική οικονομία, εφόσον υπάρχουν, προκύπτει το τουριστικό εισόδημα.

Επίσης σε ό,τι αφορά στη διανομή του τουριστικού εισοδήματος που γίνεται με βάση τον ατελή μηχανισμό της τουριστικής αγοράς, θα πρέπει να ειπωθεί ότι δημιουργεί πολλές φορές έντονες ανισότητες, τις οποίες οι πολιτικές εξουσίες των χωρών υποδοχής τουριστών προσπαθούν συνήθως με συγκεκριμένα μέτρα να τις περιορίσουν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται. Στο σημείο αυτό όμως θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις τα μέτρα που παίρνονται εκ μέρους τους κάθε άλλο παρά στον περιορισμό των εισοδηματικών αυτών ανισοτήτων συμβάλλουν και αυτό γιατί κάτι τέτοιο πιθανό να μην εξυπηρετούσε κάποιο σημαντικότερο σκοπό, όπως είναι για παράδειγμα η τουριστική ανάπτυξη ή μεγέθυνση.

19 Η εποχικότητα στον τουρισμό

Η εποχικότητα στον τουρισμό αποτελεί αναμφίβολα το σοβαρότερο πρόβλημα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι χώρες υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα αυτές που έχουν μια αναπτυγμένη τουριστική οικονομία, προκαλείται δε από παράγοντες οι οποίοι κάθε άλλο παρά εύκολα μπορούν να αντιμετωπιστούν πολύ περισσότερο μάλιστα όταν στις χώρες αυτές υπάρχει καθεστώς ελεύθερης οικονομίας και κοινωνικής δράσης. Στις οικονομίες αυτού του είδους οι άνθρωποι αποφασίζουν μόνοι τους πού, πότε και για πόσο καιρό θα κάνουν διακοπές. Με άλλα λόγια δεν μπορεί κανείς να τους αρνηθεί ή να τους περιορίσει το δικαίωμα επιλογής του τόπου και χρόνου των διακοπών τους και ακόμα να τους καθορίσει τη χρονική διάρκεια τους.

Είναι γνωστό ότι ο περισσότερος κόσμος προτιμά σχεδόν πάντα να κάνει τις διακοπές του κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών για ψυχολογικούς και βιολογικούς λόγους, εξαιτίας του γεγονότος ότι την περίοδο αυτή επικρατούν συνήθως ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς που αναμφίβολα επιτρέπουν την απόλαυση της φύσης, της ζωής στην ύπαιθρο και γενικότερα των μικρών και μεγάλων χαρών που προσφέρουν οι καλοκαιρινές διακοπές, αλλά και για οργανωτικούς λόγους που συνδέονται με ορισμένους βασικούς θεσμούς της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης, όπως είναι για παράδειγμα η περίοδος των μαθητικών και φοιτητικών διακοπών, ο τρόπος που χορηγούνται οι άδειες στους εργαζόμενους στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα κλπ.

Για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί με επιτυχία το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό που συνδέεται άμεσα με τις θερινές διακοπές, θα πρέπει είτε να καθιερωθούν ισχυρά οικονομικά και μη οικονομικά κίνητρα, ώστε να παρακινείται ο κόσμος να κάνει διακοπές στους εκτός θερινής περιόδου μήνες, είτε να αλλάξουν ορισμένοι βασικοί θεσμοί της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης, ώστε να διευκολυνθεί η τουριστική μετακίνηση τους και εκτός θερινών μηνών. Χωρίς τη λήψη τέτοιου είδους δραστηκών μέτρων και κυρίως χωρίς την αποδοχή τους εκ μέρους αυτών για τους οποίους παίρνονται αυτά, κάθε προσπάθεια προς την κατεύθυνση της επέκτασης της τουριστικής περιόδου πρέπει προκαταβολικά να θεωρείται αποτυχημένη.

Η ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης κατά τους εκτός θερινής περιόδου μήνες αποτελεί βασική επιδίωξη της τουριστικής πολιτικής όλων χωρίς εξαίρεση των χωρών υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα εκείνων που θεωρούνται τουριστικά αναπτυγμένες, επειδή συνδέεται άμεσα με το πρόβλημα της σύμμετρης δραστηριότητας του παραγωγικού δυναμικού της τουριστικής τους οικονομίας σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Και αυτό γιατί διαφορετικά τόσο το έμπυχο δυναμικό όσο και το πάγιο κεφάλαιο της τουριστικής τους οικονομίας δεν θα πάψει να βρίσκεται για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο σε αδράνεια ή στην καλύτερη των περιπτώσεων θα υποασπασχολείται. Το γεγονός αυτό δεν μπορεί παρά να έχει αρνητικές επιδράσεις στους όρους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων γενικά και ιδιαίτερα αυτών που παράγουν υπηρεσίες φιλοξενίας, επειδή οι περισσότερες από αυτές αναγκάζονται κάθε χρόνο να αναστείλουν προσωρινά για ένα μικρότερο ή μεγαλύτερο χρονικό διάστημα την παραγωγική τους δραστηριότητα. Κοντολογίς γιατί αναγκάζονται να λειτουργούν εποχιακά.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3^ο

ΖΗΤΗΣΗ - ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

1. Οι τουριστικές ανάγκες - επιθυμίες των ανθρώπων

Ο άνθρωπος εκτός από τις βασικές ανάγκες ή επιθυμίες, ή βιοτικές, όπως χαρακτηρίζονται αυτές και αλλιώς, έχει και άλλες ανάγκες - επιθυμίες, ανάμεσα στις οποίες είναι και οι τουριστικές. Λέγοντας τουριστικές ανάγκες - επιθυμίες εννοείται το αίσθημα κάποιας μεγαλύτερης ή μικρότερης έλλειψης, που εκφράζεται με την προσπάθεια ικανοποίησης της εκ μέρους των ανθρώπων. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών - επιθυμιών των ανθρώπων χαρακτηρίζονται σαν τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες.

Όπως όλες γενικά οι ανάγκες - επιθυμίες των ανθρώπων που διαρκώς αυξάνουν και πολλαπλασιάζονται, έτσι και οι τουριστικές ανάγκες - επιθυμίες μεταβάλλονται από πλευράς ποσότητας, ποιότητας και ποικιλίας, διαχρονικά, ενώ παράλληλα τείνουν να μεταληθούν από ατομικές σε κοινωνικές.

Από τον ορισμό της τουριστικής οικονομίας γνωρίζει κανείς ότι αυτή προκαλεί την ανάπτυξη ορισμένων οικονομικών δραστηριοτήτων, που έχουν σαν σκοπό την παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών για την ικανοποίηση όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικές ανάγκες - επιθυμίες είναι αυτές που αναγκάζουν τους αν-

θρώπους να αναπτύξουν ορισμένες οικονομικές δραστηριότητες που θα τους εξασφαλίσουν στο μέτρο του δυνατού τα μέσα, δηλαδή τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, με τα οποία θα επιχειρηθεί εκ μέρους τους να ικανοποιηθούν οι τουριστικές τους ανάγκες - επιθυμίες ή τουλάχιστον όσο το δυνατό περισσότερες από αυτές.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η γνώση των τουριστικών αναγκών - επιθυμιών των ανθρώπων έχει εντελώς ιδιαίτερη σημασία για την τουριστική οικονομία. Συγκεκριμένα η σαφής και ακριβής γνώση των τουριστικών αναγκών - επιθυμιών των ανθρώπων τοπικά και διαχρονικά αποτελούν το βασικό γνώμονα προσανατολισμού των διάφορων οικονομικών δραστηριοτήτων της τουριστικής οικονομίας.

2. Η συμπεριφορά του τουρίστα σαν καταναλωτή τουριστικών προϊόντων

Η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, δηλαδή τουριστικών προϊόντων, είναι αποτέλεσμα της συμπεριφοράς των ανθρώπων στην προσπάθεια τους να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες - επιθυμίες, που όπως ήδη ειπώθηκε είναι πολλές και διάφορες. Για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών - επιθυμιών αυτών, χρησιμοποιούνται τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που παράγονται από την τουριστική οικονομία. Αυτό σημαίνει ότι η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σχετίζεται ή είναι αποτέλεσμα της συμπεριφοράς των καταναλωτών ή χρηστών τους, δηλαδή των τουριστών, στην προσπάθεια τους να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες - επιθυμίες. Ας εξεταστεί όμως πως συμπεριφέρεται ένας τουρίστας που καταναλώνει ή κάνει χρήση τουριστικών προϊόντων.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο άνθρωπος ικανοποιεί τις τουριστικές του ανάγκες - επιθυμίες καταναλώνοντας ή κάνοντας χρήση ορισμένων τουριστικών προϊόντων, δηλαδή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Η κατανάλωση ή χρήση ενός τουριστικού προϊόντος συνεπάγεται μία ωφέλεια ή έχει κάποια χρησιμότητα. Είναι λογικό λοιπόν να περιμένει κανείς ο καταναλωτής ή χρήστης τουριστικών προϊόντων, δηλαδή ο τουρίστας, να επιδιώκει από την κατανάλωση ή χρήση τους τη μεγαλύτερη δυνατή ωφέλεια ή χρησιμότητα. Έτσι λοιπόν μπορεί να ειπωθεί ότι η πιο πάνω επιδίωξη του τουρίστα, αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της συμπεριφοράς του σαν καταναλωτή ή και χρήστη τουριστικών προϊόντων.

Για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο ο τουρίστας έχει ορισμένες τουρι-

στικές ανάγκες - επιθυμίες που θέλει να τις ικανοποιήσει. Για την αγορά όμως τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες, έχει ένα ορισμένο χρηματικό εισόδημα που μπορεί να διαθέσει. Επιπλέον οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών είναι δεδομένες για τον τουρίστα. Γεννιέται όμως το ερώτημα πως θα αποφασίσει ο τουρίστας ποιες απ' όλες τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες θα ικανοποιήσει και επομένως ποια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες και σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες θα αγοράσει; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι απλή. Ο τουρίστας θα διαλέξει αυτά τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες και σε αυτές τις ποσότητες και ποικιλίες που του επιτρέπει το διακριτικό του εισόδημα, έτσι ώστε από την κατανάλωση ή χρήση τους να μεγιστοποιείται η ωφέλεια ή χρησιμότητα του. Όταν λοιπόν ο τουρίστας συμπεριφέρεται με αυτόν τον τρόπο, τότε λέγεται ότι συμπεριφέρεται ορθολογιστικά και ότι ο ίδιος είναι ορθολογιστικός καταναλωτής ή χρήστης τουριστικών προϊόντων. Τέτοιου-είδους καταναλωτές ή χρήστες τουριστικών προϊόντων βρίσκονται σε ισορροπία, που σημαίνει ότι αν τίποτε δεν αλλάξει, όπως για παράδειγμα οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, οι τουριστικές ανάγκες - επιθυμίες τους και τέλος το διακριτικό τους εισόδημα, δεν θα έχουν κανένα απολύτως λόγο να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους, δηλαδή θα συνεχίσουν να καταναλώνουν ή να χρησιμοποιούν τις ίδιες ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

3. Η σχέση μεταξύ της τιμής των τουριστικών προϊόντων και της ποσότητας τους που ζητείται

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, όταν ο τουρίστας βρίσκεται σε ισορροπία, δεν έχει κανένα απολύτως λόγο να αλλάξει την «καταναλωτική» του συμπεριφορά με την ευρύτερη έννοια του όρου, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι θα εξακολουθήσει να καταναλώνει ή να χρησιμοποιεί τα ίδια τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τις ίδιες ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Το ερώτημα που γεννιέται είναι τι θα συμβεί σε περίπτωση που η τιμή ενός ή και περισσότερων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών αυξηθεί και μάλιστα σημαντικά; Το πιο πιθανό απ' όλα είναι να αναγκαστεί να περιορίσει την κατανάλωση ή χρήση των αγαθών και υπηρεσιών αυτών δηλαδή θα αγοράζει πιο λιγότερες μονάδες από τα τουριστικά

προϊόντα αυτά, οι τιμές των οποίων αυξήθηκαν και αυτό βασικά για δυο λόγους:

(α) Εφόσον αυξήθηκε η τιμή ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας και το διακριτικό εισόδημα του τουρίστα συνεχίζει να παραμένει αμετάβλητο, είναι φυσικό να πάψει αυτός στο εξής να αγοράζει τις ίδιες ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τουριστικών προϊόντων που αγόραζε παλιότερα, γιατί τώρα για το διακριτικό εισόδημα του δεν επαρκεί για κάτι τέτοιο.

(β) Στην τουριστική αγορά υπάρχουν συνήθως άλλα παρόμοια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες που μπορούν να ικανοποιήσουν την ίδια τουριστική ανάγκη - επιθυμία. Αυτό σημαίνει ότι ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να αντικαταστήσει, τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, οι τιμές των οποίων αυξήθηκαν, με κάποιο υποκατάστατο τους. Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι όταν αυξάνεται η τιμή ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας και το διακριτικό εισόδημα του τουρίστα μένει αμετάβλητο, τότε η ζητούμενη από αυτόν ποσότητα, ποιότητα και ποικιλία τουριστικών προϊόντων μειώνεται.

Σε περίπτωση που η τιμή ενός ή και περισσότερων τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών μειωθεί αντί να αυξηθεί, τότε τα αποτελέσματα είναι ακριβώς αντίθετα. Συγκεκριμένα η ποσότητα τουριστικών προϊόντων που ζητούσε μέχρι τώρα ο τουρίστας θα αυξηθεί και αυτό γιατί θα υποκαταστήσει άλλα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες με αυτά των οποίων οι τιμές μειώθηκαν και κατά συνέπεια είναι φτηνότερα και πιο προστά σε αυτόν. Πέρα από αυτό όμως με το ίδιο διακριτικό εισόδημα ο τουρίστας έχει τώρα τη δυνατότητα να αγοράσει μεγαλύτερη ποσότητα από τα τουριστικά προϊόντα οι τιμές των οποίων μειώθηκαν. Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι όταν μειώνεται η τιμή ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας και το διακριτικό εισόδημα του τουρίστα μένει αμετάβλητο, τότε η ζητούμενη από αυτόν ποσότητα τουριστικών προϊόντων αυξάνεται.

Όπως γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ανάμεσα στην τιμή και την ποσότητα ενός τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας που ζητείται σε μια ορισμένη χρονική περίοδο από τον τουρίστα, υπάρχει μια αντίστροφη σχέση που ισχύει όχι μόνο γι' αυτά, αλλά και για όλα γενικά τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγονται σε μια οικονομία και που είναι ευρύτερα γνωστή ο νόμος της ζήτησης.

Καθοριστικός παράγοντας της τουριστικής ζήτησης είναι και η διαμόρ-

φωση της προτίμησης του τουρίστα για ορισμένα τουριστικά προϊόντα. Κατά κανόνα οι αλλαγές στις προτιμήσεις του τουρίστα προκαλούν ορισμένες ποσοτικές μεταβολές στο μέγεθος της ζήτησης των τουριστικών προϊόντων. Αν για παράδειγμα η αλλαγή στην προτίμηση του τουρίστα για ένα συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν είναι ευνοϊκή, τότε η ζήτησή του θα αυξηθεί. Αν πάλι η ζήτηση αυτή στην προτίμησή τους δεν είναι ευνοϊκή, τότε η ζήτηση του θα μειωθεί. Έτσι λοιπόν η ζήτηση για διακοπές σε παραθαλάσσιες περιοχές ή αναψυκτικών αυξάνεται τους καλοκαιρινούς μήνες και μειώνεται κατά τη χειμερινή περίοδο.

Οι αιτίες που οδηγούν στην αλλαγή της προτίμησης του τουρίστα για κάποιο τουριστικό αγαθό ή υπηρεσία είναι διάφορες, ποικίλουν δε τόσο τοπικά όσο και χρονικά. Οι κυριότερες από αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν σαν ενδογενείς αιτίες και προέρχονται από τον ίδιο τον τουρίστα ή σαν εξωγενείς αιτίες και οφείλονται σε εξωτερικές καταστάσεις ή γεγονότα, δηλαδή σε επιδράσεις του περιβάλλοντος της τουριστικής οικονομίας σε ορισμένο τόπο και χρόνο.

4 Το διαθέσιμο εισόδημα για την αγορά τουριστικών προϊόντων

Το διακριτικό εισόδημα του τουρίστα αποτελεί αναμφίβολα παράγοντα της τουριστικής ζήτησης. Οι μεταβολές όμως στο επίπεδο του διακριτικού εισοδήματος του τουρίστα δεν έχουν την ίδια επίδραση, σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση της προτίμησης του, σε όλα τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Για τα περισσότερα από αυτά μια αύξηση του διακριτικού εισοδήματος του τουρίστα θα οδηγήσει σε μια αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης τους. Τέτοια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες είναι για παραδείγματα η διαμονή σε φτηνά ξενοδοχεία, η αυτοεξυπηρετούμενη εστίαση, η χρησιμοποίηση φτηνών μεταφορικών μέσων καθώς και άλλων αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζονται συνήθως από χαμηλής εισοδηματικής τάξης τουρίστες για να ικανοποιηθούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι το διακριτικό εισόδημα δίνει τη δυνατότητα στον τουρίστα να κάνει μια οικονομική επιλογή της αρεσκείας του. Όπως είναι γνωστό, ο τουρίστας πριν επιχειρήσει να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες τις ιεραρχεί και στη συνέχεια αγοράζει με το διακριτικό εισόδημα του τις ποσότητες ποιότητες και ποικιλίες των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών

εκείνες, από την κατανάλωση ή χρήση των οποίων θα επιδιώξει να καρπωθεί τη μεγαλύτερη δυνατή ωφέλεια ή χρησιμότητα. Έτσι λοιπόν το ύψος του διακριτικού εισοδήματος του τουρίστα προσδιορίζει, κατά κάποιον τρόπο, την κλιμάκωση της ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του στο πλαίσιο της οποίας καθορίζεται και ο τρόπος της ικανοποίησης τους, ενώ ταυτόχρονα καθορίζονται και οι ποσότητες ποιότητες και ποικιλίες των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που θα ζητηθούν εκ μέρους του. Με άλλα λόγια αυξομειώσεις στο διακριτικό εισόδημα των τουριστών προκαλούν αντίστοιχα μεταβολές στη ζήτηση τουριστικών προϊόντων.

5. Οι τιμές των τουριστικών προϊόντων που διαμορφώνονται στην τουριστική αγορά

Οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών αποτελούν αναμφισβήτητα έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που ανάλογα με τις διακυμάνσεις τους στην τουριστική αγορά, επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την τουριστική ζήτηση. Έτσι λοιπόν όταν αυξάνουν οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών η ζήτηση τους μειώνεται αντίστοιχα, ενώ όταν μειώνεται η τιμή τους, τότε η ζήτηση τους αυξάνεται.

Ας σημειωθεί ότι η πιο πάνω αρνητική συναρτησιακή σχέση μεταξύ της τουριστικής ζήτησης και των τιμών των τουριστικών προϊόντων ατομεί μερικά, όταν ένα τουριστικό αγαθό ή υπηρεσία έχει απόλυτα μονοπωλιακή θέση στην τουριστική αγορά. Σε αυτήν την περίπτωση οι διακυμάνσεις της τιμής τους στην τουριστική αγορά δεν επηρεάζει άμεσα την τουριστική ζήτηση.

Η τουριστική ζήτηση διαμορφώνεται κατά κανόνα με βάση τις τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που έχουν διαμορφωθεί στην τουριστική αγορά σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η τουριστική ζήτηση παρουσιάζει μεγάλη ελαστικότητα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι η καμπύλη της τουριστικής ζήτησης μετριέται με την ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης.

Σε ό,τι αφορά στις τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να ειπωθεί ότι, για κάθε μια από αυτές, η αύξηση της ζήτησης των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται εκ μέρους τους, σε συνάρτηση με τη μείωση των τιμών τους, είναι

μέχρι ένα ορισμένο σημείο δυνατή και αυτό γιατί πέρα από το σημείο για το οποίο ο λόγος η τουριστική επιχείρηση αρχίζει να ζημιώνει. Έτσι λοιπόν η ελαστικότητα της ζήτησης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγουν οι τουριστικές επιχειρήσεις σε συνάρτηση με τη διαμόρφωση των τιμών τους στην τουριστική αγορά, σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, μπορεί να φτάσει μέχρι το οριακό αυτό σημείο που εκφράζει τις μικρότερες τιμές, για τις οποίες αντιστοιχεί η μεγαλύτερη δυνατή ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

6. Το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε βραχυχρόνια περίοδο

Το κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος είναι οι χρηματικές δαπάνες στις οποίες υποβάλλεται η τουριστική επιχείρηση για την αγορά παραγωγικών συντελεστών που της είναι απαραίτητοι για την παραγωγή του. Το ύψος των δαπανών που πραγματοποιεί αυτή για την απόκτηση κάθε παραγωγικού συντελεστή εξαρτάται τόσο από την ποσότητα που επιθυμεί να προμηθευτεί όσο και από την τιμή που διαμορφώνεται κάθε φορά στην αγορά. Αν για παράδειγμα ο μισθός ενός υπαλλήλου ταξιδιωτικού-τουριστικού πρακτορείου είναι 600 ευρώ το μήνα και η τουριστική επιχείρηση για την οποία ο λόγος απασχολεί 5 υπαλλήλους, τότε η δαπάνη που πραγματοποιεί αυτή για την προμήθεια του παραγωγικού συντελεστή «εργασία» είναι 3.000 ευρώ το μήνα.

Για να αναλυθεί η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο κόστος παραγωγής και την ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται γίνεται η υπόθεση ότι οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών που διαμορφώνονται κάθε φορά στην αγορά τους παραμένουν αμετάβλητες, δηλαδή σταθερές, που σημαίνει ότι η τουριστική επιχείρηση μπορεί να αγοράζει οποιουδήποτε παραγωγικούς συντελεστές και σε οποιαδήποτε ποσότητα, στην ίδια πάντα τιμή.

Η παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος στη βραχυχρόνια περίοδο μπορεί να μεταβληθεί μόνο εφόσον μεταβληθεί και η ποσότητα των μεταβλητών παραγωγικών συντελεστών που προμηθεύεται και χρησιμοποιεί η τουριστική επιχείρηση για την παραγωγή του. Οι δαπάνες αυτές που πραγματοποιούνται εκ μέρους της τουριστικής επιχείρησης για την αγορά μεταβλητών παραγωγικών συντελεστών χα-

ρακτηρίζονται σαν μεταβλητό κόστος τουριστικής παραγωγής. Με άλλα λόγια, το μεταβλητό κόστος της παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος είναι οι δαπάνες στις οποίες υποβάλλεται η τουριστική επιχείρηση για την προμήθεια παραγωγικών συντελεστών που της είναι απαραίτητοι για την παραγωγή του και οι οποίες μεταβάλλονται καθώς μεταβάλλεται ποσοτικά το τουριστικό προϊόν που παράγεται εκ μέρους της. Αντίθετα, σταθερό κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος είναι οι δαπάνες στις οποίες υποβάλλεται η τουριστική επιχείρηση για την προμήθεια παραγωγικών συντελεστών που δεν μεταβάλλονται καθώς μεταβάλλεται ποσοτικά το τουριστικό αγαθό που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά. Επίσης το άθροισμα των σταθερού και τον μεταβλητού κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος εκφράζει το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιεί η τουριστική επιχείρηση για την προμήθεια σταθερών και μεταβλητών συντελεστών παραγωγής που της είναι απαραίτητοι για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος.

Για να γίνουν πιο κατανοητά όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, κρίνεται σκόπιμο να δοθεί ένα παράδειγμα που θα επιτρέψει να εξεταστεί η συμπεριφορά του κόστους της παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος. Έστω λοιπόν μια μικρή τουριστική επιχείρηση που παράγει τουριστικά αναμνηστικά και συγκεκριμένα απομιμήσεις αρχαίων αγαλμάτων. Για την παραγωγή των αγαλμάτων αυτών η τουριστική επιχείρηση για την οποία ο λόγος χρησιμοποιεί σταθερούς και μεταβλητούς παραγωγικούς συντελεστές. Συγκεκριμένα σταθεροί παραγωγικοί συντελεστές είναι οι πάγιες εγκαταστάσεις και ο μηχανικός εξοπλισμός της, και μεταβλητοί παραγωγικοί συντελεστές η πρώτη ύλη που χρησιμοποιεί για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος και φυσικά η εργασία του ανθρώπινου δυναμικού που απαιτείται για να παραχθεί αυτό. Ας υποθεθεί τώρα ότι η ποσότητα του χαλκού που χρειάζεται για την παραγωγή κάθε αγάλματος είναι 1 κιλό, δηλαδή σταθερή. Και ακόμα ότι τα υποθετικά δεδομένα για το συνολικό προϊόν και την ποσότητα του παραγωγικού συντελεστή εργασία είναι όπως δίνονται στον πίνακα 1 και ότι ισχύει ο νόμος της φθίνουσας απόδοσης, πράγμα που άλλωστε μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί με μια απλή ματιά. Στον ίδιο πίνακα δίνεται επίσης και το κόστος παραγωγής των απομιμήσεων των αρχαίων αγαλμάτων που προέκυψε από τον πιο κάτω υπολογισμό: προστέθηκε στο σταθερό παραγωγικό κόστος της τουριστικής επιχείρησης (τρίτη στήλη του πίνακα) το

μεταβλητό παραγωγικό κόστος της (έκτη στήλη του πίνακα). Το άθροισμα τους δίνει το συνολικό παραγωγικό κόστος της τουριστικής επιχείρησης για τις απομιμήσεις αρχαίων αγαλμάτων (έβδομη στήλη του πίνακα).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Η παραγωγή και το κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων

Εργασία (εργάτες)	Συνολικό προϊόν (αγάλματα)	Σταθερό κόστος (ευρώ)	Δαπάνες για χαλκό (ευρώ)	Δαπάνες για εργασία (ευρώ)	Μεταβλητό κόστος (ευρώ)	Συνολικό κόστος (ευρώ)
0	0	12,00	0	0	0	11,74
1	3	12,00	2	5,87	7,63	19,37
2	11	12,00	6,50	11,74	18,20	29,93
3	16	12,00	9,40	17,61	27,00	38,74
4	20	12,00	12,00	23,48	35,22	46,96
5	23	12,00	13,50	29,35	42,85	54,59
6	25	12,00	14,70	35,22	49,89	61,63
7	26	12,00	15,30	41,09	56,35	68,09
8	27	12,00	15,30	46,96	62,22	73,95

Η συνάρτηση του κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος εκφράζει τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο κόστος παραγωγής και στην ποσότητα των που παράγεται στη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου.

Συναρτήσεις κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος υπάρχουν περισσότερες από μια. Για την ακρίβεια αυτές είναι τρεις και συγκεκριμένες οι εξής: η συνάρτηση του συνολικού κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος, η συνάρτηση του μεταβλητού κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος και η συνάρτηση του σταθερού κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος.

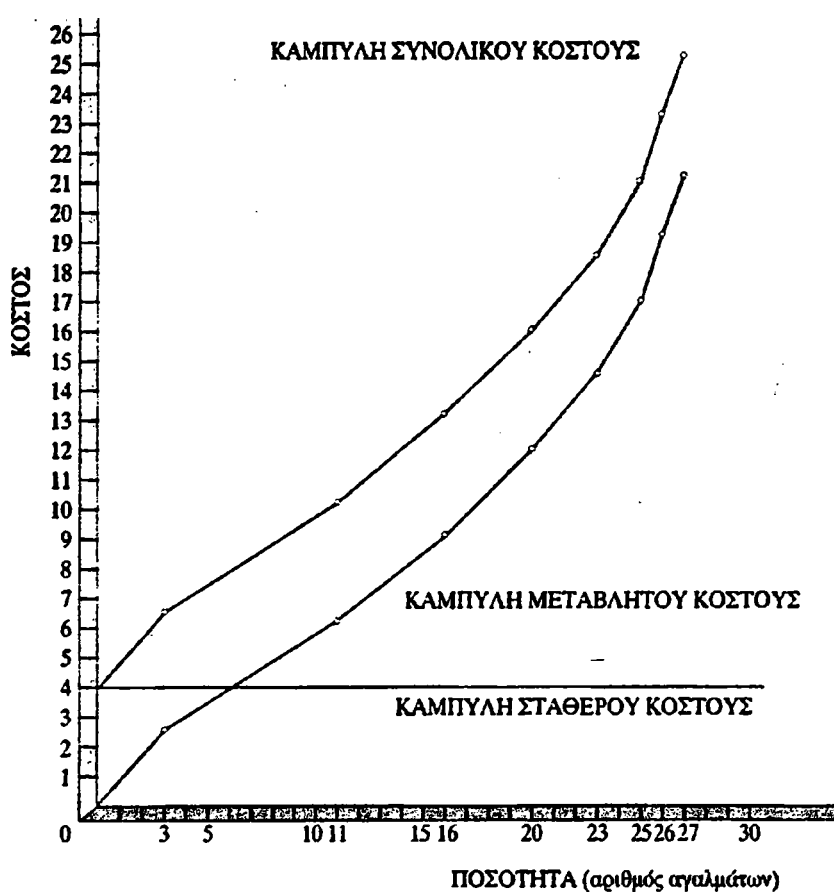
Οι τρεις πιο πάνω συναρτήσεις του κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος μπορούν να παρασταθούν γραφικά, οπότε και κάθε μια από αυτές χωριστά δίνει την αντίστοιχη καμπύλη κόστους παραγωγής.

Οι καμπύλες του κόστους παραγωγής, που δίνονται στο διάγραμμα 1 βασίζονται στα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 1 σχετικά με την παραγωγή και το κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων. Στον κάθετο άξονα παριστάνεται το κόστος που συνεπάγεται η παραγωγή του τουριστικού προϊόντος για το οποίο

ο λόγος και στον οριζόντιο άξονα η ποσότητα του που παράγεται. Και οι τρεις καμπύλες κόστους του τουριστικού προϊόντος που πάρθηκε σαν παράδειγμα, δηλαδή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που πουλιούνται σαν τουριστικά αναμνηστικά, δίνονται στο ίδιο διάγραμμα και όχι χωριστά. Όπως μπορεί να δει κανείς η καμπύλη του σταθερού κόστους παραγωγής των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι μια ευθεία γραμμή που διαγράφεται παράλληλα προς τον οριζόντιο άξονα του διαγράμματος και συγκεκριμένα στο ύψος των 12,00 ευρώ του κάθετου άξονα που σύμφωνα με τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 1 είναι και η τιμή του σταθερού κόστους του παραδείγματος που πάρθηκε.

Διάγραμμα 1

Οι καμπύλες συνολικού μεταβλητού και σταθερού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων



Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι η καμπύλη του σταθερού κόστους είναι πάντοτε μια ευθεία γραμμή που διαγράφεται παράλληλα προς τον οριζόντιο άξονα του διαγράμματος στο οποίο παριστάνεται αυτή, οφείλεται δε στο γε-

γονός ότι το σταθερό κόστος δεν μεταβάλλεται όταν μεταβάλλεται η παραγωγή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων.

Η καμπύλη του μεταβλητού κόστους είναι το άθροισμα του κόστους των μεταβλητών συντελεστών παραγωγής των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, δηλαδή της εργασίας και του χαλκού.

Τέλος η καμπύλη του συνολικού κόστους είναι το άθροισμα των καμπυλών του σταθερού κόστους παραγωγής των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων.

7. Το μέσο κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και οι διάφορες διακρίσεις του

Το μέσο κόστος ή κατά μονάδα κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος μπορεί να οριστεί σαν ο λόγος των κόστους παραγωγής προς την αντίστοιχη ποσότητα που παράγεται. Ανάλογα με τις διάφορες κατηγορίες κόστους, το μέσο κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος διακρίνεται:

(α) Σε μέσο σταθερό κόστος παραγωγής: είναι το σταθερό παραγωγικό κόστος κατά μονάδα τουριστικού προϊόντος και μπορεί να βρεθεί αν διαιρέσει κανείς το συνολικό σταθερό κόστος παραγωγής του με τη συνολική ποσότητα που παράγεται.

(β) Σε μέσο μεταβλητό κόστος παραγωγής: είναι το μεταβλητό παραγωγικό κόστος κατά μονάδα τουριστικού προϊόντος και μπορεί να βρεθεί αν διαιρέσει κανείς το συνολικό μεταβλητό κόστος παραγωγής του με τη συνολική ποσότητα που παράγεται.

(γ) Σε μέσο συνολικό κόστος παραγωγής: είναι το άθροισμα του μέσου σταθερού και μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής κατά μονάδα τουριστικού προϊόντος και μπορεί να βρεθεί ή με την πρόσθεση των δυο αυτών μεγεθών ή με την διαίρεση του συνολικού κόστους παραγωγής του με τη συνολική ποσότητα που παράγεται.

Στον πίνακα 2 δίνονται οι τρεις κατηγορίες μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων με την αντίστοιχη ποσότητα για τα υποθετικά δεδομένα του παραδείγματος του πίνακα 1 η σχέση όμως που υπάρχει ανάμεσα στην ποσότητα απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που παράγεται και στην αντίστοιχη κα-

τηγορία μέσου κόστους παραγωγής τους φαίνεται καλύτερα αν παρασταθούν τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 2 γραφικά, δηλαδή αν παρθούν οι αντίστοιχες καμπύλες του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων και συγκεκριμένα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2:

Το μέσο κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων

Συνολικό προϊόν	Μέσο σταθερό κόστος	Μέσο μεταβλητό κόστος	Μέσο συνολικό κόστος
3	3,91	2,54	6,46
11	1,07	1,65	2,72
16	0,73	1,69	2,42
20	0,59	1,76	2,35
23	0,51	1,86	2,37
25	0,47	2,00	2,47
26	0,45	2,17	2,62
26	0,45	2,39	2,84

(α) Η καμπύλη των μέσων σταθερού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, που δείχνει τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο σταθερό κόστος παραγωγής τους και στην ποσότητα του που παράγεται.

(β) Η καμπύλη των μέσων μεταβλητού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, που δείχνει τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο μέσο μεταβλητό κόστος παραγωγής τους και στην ποσότητα τους που παράγεται.

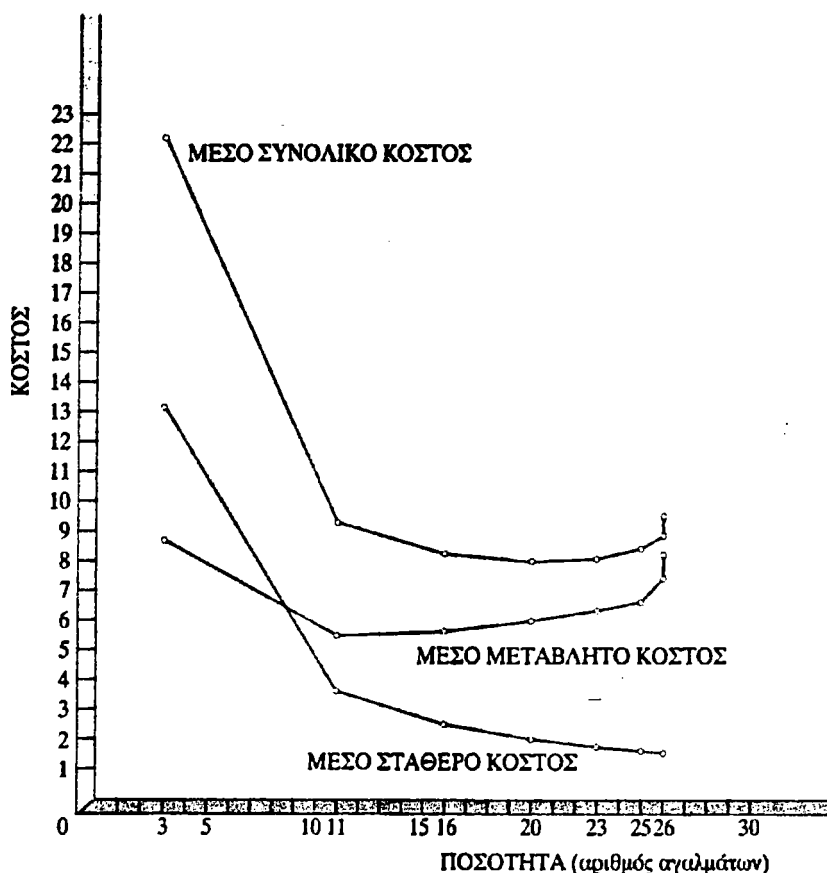
(γ) Η καμπύλη των μέσων συνολικού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, που δείχνει τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο μέσο συνολικό κόστος παραγωγής τους και στην ποσότητα τους που παράγεται.

Οι τρεις καμπύλες μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, που αναφέρονται πιο πάνω για τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 2 δίνονται στο διάγραμμα 2. Από αυτό μπορεί να διαπιστωθεί ότι το μέσο σταθερό κόστος παραγωγής τους μειώνεται συνεχώς όσο αυξάνει η παραγωγή τους. Ίδια περίπου είναι και η συμπεριφορά του μέσου συνολικού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων. Αυτό όμως είναι κάτι που το περιμένει κανείς μια και το μέσο συ-

νολικό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι το άθροισμα των μέσων μεταβλητού και των μέσων σταθερού κόστους παραγωγής τους που, όπως μπορεί να διαπιστώσει κανείς, παρουσιάζει συνεχή μείωση καθώς αυξάνει η παραγωγή τους. Αυτό σημαίνει ότι η σπουδαιότητα του μέσου σταθερού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων στη διαμόρφωση του μέσου συνολικού κόστους παραγωγής τους μειώνεται βαθμιαία καθώς αυξάνει η παραγωγή τους. Κατά συνέπεια η συμπεριφορά του μέσου συνολικού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, καθώς αυξάνει η παραγωγή τους, εξαρτάται από το μέσο μεταβλητό κόστος παραγωγής τους.

Διάγραμμα 2

Οι καμπύλες μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων



Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι το σχήμα της καμπύλης του μέσου συνολικού ή μεταβλητού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι συνέπεια του νόμου της φθίνουσας απόδοσης.

8. Το οριακό κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων και η σημασία του για τις οικονομικές αποφάσεις που παίρνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις

Το οριακό κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος είναι το κόστος παραγωγής μιας επιπλέον μονάδας του και μπορεί να βρεθεί αν διαιρέσει κανείς τη μεταβολή του συνολικού κόστους παραγωγής του με την ποσότητα του που παράγεται. Αν για παράδειγμα η παραγωγή απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων αυξάνεται σύμφωνα με τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 3 από 0 σε 3 μονάδες, το συνολικό κόστος της παραγωγής τους αυξάνεται κατά 7,63 ευρώ ($19,37 - 11,74 = 7,63$), ενώ η κατά μονάδα αύξηση του επέρχεται στο κόστος παραγωγής τους είναι 2,54 ευρώ ($7,63 : 3 = 2,54$). Στον πίνακα 3 και συγκεκριμένα στην τελευταία στήλη του δίνεται το οριακό κόστος παραγωγής για όλα τα επίπεδα παραγωγής των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων. Διαπιστώνεται λοιπόν ότι η συμπεριφορά του οριακού κόστους παραγωγής καθώς αυξάνεται η παραγωγή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι ίδια με τη συμπεριφορά του μέσου συνολικού ή μεταβλητού κόστους παραγωγής τους. Συγκεκριμένα στην αρχή μειώνεται και μετά αρχίζει να αυξάνεται. Η συμπεριφορά αυτή του οριακού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι αποτέλεσμα της συμπεριφοράς του συνολικού μεταβλητού κόστους παραγωγής τους, η οποία με τη σειρά της είναι αποτέλεσμα του νόμου της φθίνουσας απόδοσης. Αυτό μπορεί να φανεί καλύτερα αν το οριακό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων παρασταθεί γραφικά, δηλαδή αν παρθεί η καμπύλη το οριακού κόστους παραγωγής τους. Μπορεί λοιπόν να δει κανείς ότι η καμπύλη για την οποία ο λόγος αρχικά κατέρχεται, φτάνει ένα ελάχιστο σημείο και στη συνέχεια αρχίζει να ανέρχεται. Στο διάγραμμα 3 δίνεται η καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων με βάση τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 3.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

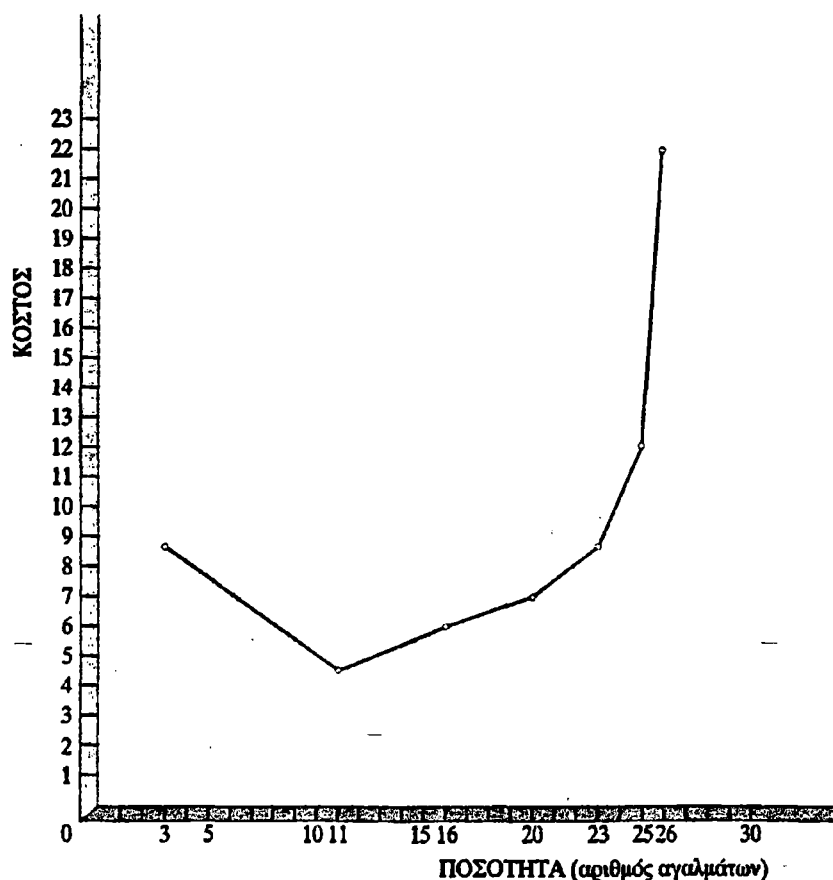
Το οριακό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων

Συνολικό προϊόν	Μεταβολή στο συνολικό προϊόν	Συνολικό κόστος	Μεταβολή στο συνολικό κόστος	Οριακό κόστος
0	0	11,74	0	0
3	3	19,37	7,63	2,54
11	8	29,93	10,56	1,32
16	5	38,74	8,80	1,76
20	4	46,96	8,22	2,05
23	3	54,59	7,63	2,54
25	2	61,63	7,04	3,52
26	1	68,09	6,46	6,46
26	0	73,95	5,87	0

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι το οριακό κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος έχει ιδιαίτερη σημασία για τη λήψη αποφάσεων από τις τουριστικές επιχειρήσεις σχετικά με την αύξηση της παραγωγής των προϊόντων που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Για να αποφασίσει μια τουριστική επιχείρηση αν τη συμφέρει να παράγει μια επιπλέον μονάδα του τουριστικού προϊόντος, θα πρέπει να συγκρίνει το πρόσθετο κόστος που θα δημιουργηθεί από την παραγωγής της επιπλέον αυτής μονάδας του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή το οριακό κόστος της παραγωγής του, με το πρόσθετο έσοδο που θα αποφέρει η μονάδα αυτή, δηλαδή το οριακό έσοδο της επιπλέον μονάδας του τουριστικού προϊόντος. Γενικά θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι περισσότερες οικονομικές αποφάσεις που παίρνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις αφορούν σε οριακές μεταβολές. Αυτό είναι άλλωστε και ο λόγος που το εννοιολογικό περιεχόμενο του οριακού κόστους αποκτά εντελώς ιδιαίτερη σημασία στην οικονομική ανάλυση και μάλιστα πολύ μεγαλύτερη από εκείνη τον μέσον ή του συνολικού κόστους παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος.

Διάγραμμα 3

Η καμπύλη οριακού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων



Βασικά για λόγους σύγκρισης και παραπέρα ανάλυσης οι καμπύλες του μέσου και οριακού κόστους απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων παρουσιάζονται στο διάγραμμα 4 παράθηκαν δε με βάση τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 4. Εδώ παρατηρείται ότι η καμπύλη του μέσου σταθερού κόστους συνεχώς κατέρχεται που σημαίνει ότι το σταθερό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων συνεχώς μειώνεται καθώς αυξάνει η ποσότητα τους που παράγεται.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Το μέσο και οριακό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων

Συνολικό προϊόν (αγάλματα)	Μέσο σταθερό κόστος (ευρώ)	Μέσο μεταβλητό κόστος (ευρώ)	Μέσο συνολικό κόστος (ευρώ)	Οριακό κόστος (ευρώ)
3	3,91	2,54	6,46	2,54
11	1,07	1,65	2,72	1,32
16	0,73	1,69	2,42	1,76

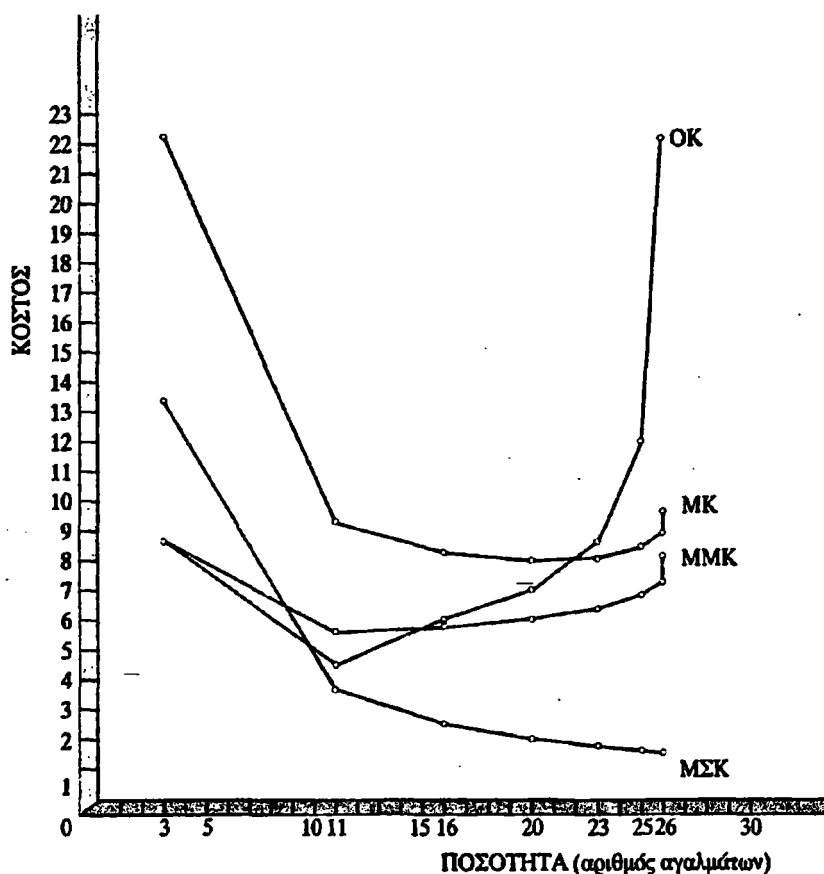
20	0,59	1,76	2,35	2,05
23	0,51	1,86	2,37	2,54
25	0,47	2,00	2,47	3,52
26	0,45	2,17	2,62	6,46
26	0,45	2,39	2,84	0,00

Οι καμπύλες του μέσου μεταβλητού κόστους, του μέσου κόστους και του οριακού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων αρχικά κατέρχονται γιατί τα αντίστοιχα μεγέθη μειώνονται και μετά ανέρχονται γιατί τα αντίστοιχα μεγέθη αυξάνονται. Η καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων αποτελεί το άθροισμα των καμπυλών του μέσου σταθερού και μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής του. Η κάθετη απόσταση ανάμεσα στις καμπύλες του μέσου κόστους και του μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων αντιπροσωπεύει το μέσο σταθερό κόστος παραγωγής τους.

Όταν μεταβάλλεται συνεχώς η ποσότητα των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, προϊόντος που παράγει η τουριστική επιχείρηση, η καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής τους τέμνει την καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής τους στο κατώτερο της σημείο. Όταν η καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων κατέρχεται, η καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής τους βρίσκεται κάτω από αυτή, γιατί για να μειωθεί το μέσο κόστος παραγωγής τους πρέπει το οριακό κόστος παραγωγής τους να είναι μικρότερο από το μέσο. Εφόσον το οριακό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι μικρότερο από το μέσο κόστος, η καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής τους βρίσκεται χαμηλότερα από την καμπύλη του μέσου κόστους τους, η οποία ας σημειωθεί συνεχώς κατέρχεται. Όταν το οριακό κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι μεγαλύτερο από το μέσο κόστος παραγωγής τους, η καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής τους τέμνει την καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής τους που αρχίζει αμέσως να ανέρχεται. Με άλλα λόγια η καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων κατέρχεται μέχρι το σημείο εκείνο που τέμνεται από την καμπύλη του οριακού κόστους τους. Από το σημείο αυτό όμως και μετά η καμπύλη του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων αρχίζει αμέσως να ανέρχεται.

Διάγραμμα 4

Οι καμπύλες μέσου και οριακού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων



Κατά συνέπεια το σημείο τομής για το οποίο ο λόγος αποτελεί το κατώτερο σημείο της καμπύλης του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων. Για τον ίδιο ακριβώς λόγο το σημείο τομής της καμπύλης του μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από την καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής τους αποτελεί το κατώτερο σημείο της καμπύλης του μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής τους.

9. Το κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων σε μακροχρόνια περίοδο

Όπως ήδη αναφέρθηκε, στο βραχυχρόνιο διάστημα η τουριστική επιχείρηση μπορεί να μεταβάλλει τον όγκο της παραγωγής της. Δεν μπορεί όμως να μεταβάλλει ορισμένους παραγωγικούς συντελεστές, όπως για παράδειγμα τον κεφαλαιουχικό εξοπλισμό της. Γι' αυτόν το λόγο στο βραχυχρόνιο διάστημα ένα μέρος του παραγω-

γικού κόστους της τουριστικής επιχείρησης είναι αμετάβλητο, δηλαδή σταθερό, και ένα μέρος είναι μεταβλητό, δηλαδή ασταθές. Στο μακροχρόνιο διάστημα όμως όλοι οι συντελεστές παραγωγής τουριστικών προϊόντων είναι μεταβλητοί, που σημαίνει ότι μπορεί η τουριστική επιχείρηση να μεταβάλει τον κεφαλαιουχικό της εξοπλισμό αλλά και όλους τους άλλους παραγωγικούς συντελεστές ανάλογα πάντα με τις ανάγκες της. Με άλλα λόγια στο μακροχρόνιο διάστημα ολόκληρο το κόστος παραγωγής της τουριστικής επιχείρησης είναι μεταβλητό. Έτσι λοιπόν η τουριστική επιχείρηση μπορεί να επεκτείνει τις κτιριακές της εγκαταστάσεις, να συμπληρώσει το μηχανολογικό της εξοπλισμό κλπ., δηλαδή να αυξήσει την ποσότητα των σταθερών συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων που χρησιμοποιεί στην παραγωγική διαδικασία, κατ' επέκταση δε και την παραγωγική της δυναμικότητα. Αντί όμως η τουριστική επιχείρηση να αυξήσει την παραγωγική δυναμικότητα μπορεί και να τη μειώσει, δηλαδή να μειώσει την ποσότητα των σταθερών παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιεί στην παραγωγική διαδικασία. Αυτό όμως που βασικά ενδιαφέρει στην προκειμένη περίπτωση είναι η συμπεριφορά του κόστους παραγωγής τουριστικών προϊόντων καθώς η τουριστική επιχείρηση επεκτείνει την παραγωγική της δραστηριότητα, δηλαδή αυξάνει την παραγωγική της δυναμικότητα.

9.1. Εναλλακτικά μεγέθη της τουριστικής επιχείρησης και καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου παραγωγικού της κόστους

Όπως ήδη ειπώθηκε στο μακροχρόνιο διάστημα κανείς από τους συντελεστές παραγωγής τουριστικών προϊόντων δεν παραμένει αμετάβλητος, δηλαδή σταθερός, γι' αυτό και παύει πια να γίνεται διάκριση μεταξύ σταθερού και μεταβλητού παραγωγικού κόστους. Κατά συνέπεια αυτό που ενδιαφέρει είναι η συμπεριφορά του συνολικού ή του μέσου συνολικού κόστους παραγωγής τουριστικών προϊόντων. Όταν μεταβάλλεται το μέγεθος της τουριστικής επιχείρησης, μεταβάλλεται συνήθως και το μέσο κόστος του τουριστικού προϊόντος που παράγει. Σε περίπτωση που το μέγεθος της τουριστικής επιχείρησης είναι σχετικά μικρό, η αύξηση του μεγέθους της και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δραστηριότητας έχει σαν αποτελέσματα να αρχίζει να αυξάνει το μέσο κόστος του τουριστικού προϊόντος που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση.

Πριν επιχειρηθεί να εξηγηθεί η συμπεριφορά του μέσου κόστους της τουριστικής παραγωγής στο μακροχρόνιο διάστημα, κρίνεται σκόπιμο να εξεταστεί ένα υποθετικό παράδειγμα παραγωγικής δραστηριότητας μιας τουριστικής επιχείρησης που μπορεί να λειτουργήσει σε πέντε διαφορετικά μεγέθη.

Το διάγραμμα 5 παρουσιάζει το μέσο κόστος παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, όταν η τουριστική επιχείρηση έχει το μικρότερο από τα πέντε μεγέθη. Η καμπύλη $ΜΚΠ_1$ παριστάνει γραφικά το μέσο κόστος παραγωγής του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος σε βραχυχρόνιο διάστημα, όταν η τουριστική επιχείρηση που το παράγει έχει το μικρότερο από τα πέντε μεγέθη του διαγράμματος 5 και κατ' επέκταση τη μικρότερη παραγωγική δραστηριότητα. Παρατηρείται λοιπόν ότι η καμπύλη αυτή του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων έχει το γνώσιμο σχήμα του λατινικού γράμματος υ που, όπως είναι γνωστό, οφείλεται στην ύπαρξη σε βραχυχρόνιο διάστημα ενός τουλάχιστον παραγωγικού συντελεστή και στο νόμο της φθίνουσας απόδοσης ή μη ανάλογης όπως χαρακτηρίζεται και διαφορετικά. Η καμπύλη $ΜΚΠ_2$ παρουσιάζει τη διαμόρφωση του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, όταν η τουριστική επιχείρηση αυξήσει το μέγεθος της, επεκτείνοντας τις κτιριακές της εγκαταστάσεις ή και αυξάνοντας το μηχανολογικό της εξοπλισμό κλπ. Η τουριστική επιχείρηση μπορεί να αυξήσει ακόμα περισσότερο τον κεφαλαιουχικό της εξοπλισμό και να λάβει τρία άλλα μεγαλύτερα μεγέθη που συνοδεύονται και από μεγαλύτερη παραγωγική δραστηριότητα, και στα οποία μεγέθη αντιστοιχούν οι καμπύλες του μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων $ΜΚΠ_3$, $ΜΚΠ_4$ και $ΜΚΠ_5$.

Στο μακροχρόνιο διάστημα η τουριστική επιχείρηση μπορεί να διαλέξει οποιοδήποτε από τα πέντε μεγέθη, των οποίων η διαμόρφωση του μέσου παραγωγικού κόστους παρουσιάζεται γραφικά στο διάγραμμα 5. Από αυτό μπορεί να δει κανείς ότι η τουριστική επιχείρηση είναι σε θέση να πετύχει το ελάχιστο δυνατό παραγωγικό κόστος όταν αποκτήσει το μέγεθος που αντιπροσωπεύεται από την καμπύλη $ΜΚΠ_3$ και παράγει την ποσότητα απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που αντιστοιχεί στο διάστημα $ΟΑ$. Σε περίπτωση όμως που η τουριστική επιχείρηση επιθυμεί να παράγει μικρότερη ποσότητα τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος από αυτήν του διαστήματος $ΟΕ$, τότε το χαμηλότερο δυνατό παραγωγικό κόστος μπορεί να επι-

διάστημα 0Κ και λιγότερες από την ποσότητα που αντιπροσωπεύει το διάστημα 0Μ, θα πρέπει να αποκτήσει το μέγεθος που το παραγωγικό τους κόστος αντιπροσωπεύεται από την καμπύλη μέσου κόστους παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων ΜΚΠ₃ κλπ. Οι διακεκομμένες γραμμές ΑΕ, ΒΚ, ΓΜ και ΓΝ δείχνουν τα σημεία στα οποία η τουριστική επιχείρηση πρέπει οπωσδήποτε να αλλάξει μέγεθος αν πραγματικά θέλει να μειώσει το παραγωγικό της κόστος. Κατά συνέπεια στο διάγραμμα 5 η καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου παραγωγικού κόστους της τουριστικής επιχείρησης είναι η ενισχυμένη γραμμή που περιλαμβάνει τα τμήματα των καμπυλών του βραχυχρόνιου μέσου παραγωγικού κόστους, που δείχνουν το χαμηλότερο δυνατό κόστος για κάθε επίπεδο παραγωγής απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου κόστους παραγωγής τουριστικών αγαθών χαρακτηρίζεται και σαν καμπύλη προγραμματισμού της τουριστικής παραγωγής, γιατί όταν σχεδιάζεται μια νέα παραγωγική μονάδα στον τουρισμό, όπως για παράδειγμα μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, δείχνει αυτή ποιο θα είναι το μέσο κόστος παραγωγής για κάθε ποσότητα υπηρεσιών φιλοξενίας που θα παράγει και κατά συνέπεια μπορεί να χρησιμεύσει στο μακροχρόνιο προγραμματισμό της παραγωγής τους.

9.2. Εξήγηση της συμπεριφοράς του μακροχρόνιου μέσου παραγωγικού κόστους της τουριστικής επιχείρησης

Σύμφωνα με την ανάλυση που προηγήθηκε, καθώς η τουριστική επιχείρηση μεγαλώνει επεκτείνοντας τις κτιριακές της εγκαταστάσεις ή και αυξάνοντας το μηχανολογικό της εξοπλισμό κλπ., η καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου παραγωγικού της κόστους κατέρχεται που σημαίνει ότι το μέσο κόστος παραγωγής τουριστικών προϊόντων μειώνεται. Με άλλα λόγια κάθε φορά που η τουριστική επιχείρηση αυξάνει το μέγεθος της, έχει τη δυνατότητα να πετυχαίνει χαμηλότερο μέσο συνολικό παραγωγικό κόστος. Καθώς όμως η τουριστική επιχείρηση θα συνεχίζει να μεγαλώνει, θα φθάσει σε ένα ορισμένο σημείο που αν το ξεπεράσει η καμπύλη του μακροχρόνιου μέσου κόστους θα αρχίσει να ανέρχεται, που σημαίνει ότι το μέσο συνολικό παραγωγικό της κόστος θα αρχίσει να αυξάνεται.

Αν και η συμπεριφορά αυτή του μέσου κόστους παραγωγής τουριστικών

προϊόντων στο μακροχρόνιο διάστημα μοιάζει με τη συμπεριφορά του μέσου κόστους παραγωγής τουριστικών προϊόντων στο βραχυχρόνιο διάστημα, θα πρέπει εντελώς ιδιαίτερα να τονιστεί ότι αυτή κάθε άλλο παρά στο νόμο της φθίνουσας ή μη ανάλογης απόδοσης οφείλεται. Ο λόγος γι' αυτό είναι απλός. Όπως είναι γνωστό, ο νόμος της φθίνουσας απόδοσης προϋποθέτει την ύπαρξη ενός τουλάχιστον σταθερού παραγωγικού συντελεστή, πράγμα που δεν ισχύει στο μακροχρόνιο διάστημα επειδή όλοι χωρίς εξαίρεση οι παραγωγικοί συντελεστές είναι μεταβλητοί. Κατά συνέπεια αποκλείεται τελείως ο νόμος της φθίνουσας ή μη ανάλογης απόδοσης να έχει οποιαδήποτε εφαρμογή σε αυτήν την περίπτωση, θα πρέπει λοιπόν να υπάρχουν άλλοι λόγοι που να δικαιολογούν τη συμπεριφορά αυτή του μέσου κόστους παραγωγής τουριστικών προϊόντων στο μακροχρόνιο διάστημα. Οι λόγοι αυτοί θα πρέπει να αναζητηθούν αλλού και συγκεκριμένα στο φαινόμενο των οικονομιών και αντιοικονομιών μεγέθους.

(1) Οικονομίες μεγέθους: οι οικονομίες μεγέθους εξηγούν την πτώση του μακροχρόνιου μέσου κόστους παραγωγής των τουριστικών προϊόντων καθώς η τουριστική επιχείρηση αυξάνει το μέγεθος της και κατ' επέκταση την παραγωγική της δραστηριότητα. Με άλλα λόγια οι οικονομίες μεγέθους μπορούν να χαρακτηριστούν σαν εξοικονομήσεις παραγωγικού κόστους εκ μέρους της τουριστικής επιχείρησης, που έχουν σαν αποτέλεσμα τη μείωση του μέσου κόστους της παραγωγής τουριστικών προϊόντων. Οι κυριότερες αιτίες που δικαιολογούν την ύπαρξη οικονομιών μεγέθους είναι οι εξής:

(α) *Η δυνατότητα μεγαλύτερης εξειδίκευσης της εργασίας των απασχολουμένων στις τουριστικές επιχειρήσεις*: σε μια μικρή τουριστική επιχείρηση που απασχολεί ένα μικρό αριθμό υπαλλήλων, ο ίδιος υπάλληλος μπορεί να υποχρεώνεται να κάνει διάφορες δουλειές σε ορισμένες από τις οποίες η αποδοτικότητα να είναι λίγο-πολύ μειωμένη. Έτσι λοιπόν ο υπάλληλος υποδοχής μιας μικρής ξενοδοχειακής επιχείρησης μπορεί να κάνει και άλλες δουλειές, όπως για παράδειγμα να σερβίρει πρωινά ή γεύματα στην τραπεζαρία ή να εξυπηρετεί πελάτες στο μπαρ κλπ., πλην όμως με μειωμένη απόδοση. Καθώς όμως η τουριστική επιχείρηση μεγαλώνει και κατ' επέκταση αυξάνει την οικονομική της δραστηριότητα αποκτά μεγαλύτερη ευχέρεια να χρησιμοποιεί το προσωπικό που απασχολεί σύμφωνα με τα ιδιαίτερα τυπικά και ου-

σιαστικά του προσόντα αλλά και σε συγκεκριμένες δουλειές στις οποίες εξειδικεύεται. Ας σημειωθεί ότι αυτή ακριβώς η εξειδίκευση της εργασίας των απασχολουμένων στην τουριστική επιχείρηση και η αποφυγή σπατάλης χρόνου συμβάλλουν αποφασιστικά στην αύξηση της αποδοτικότητας τους και κατ' επέκταση στη μείωση του κατά μονάδα κόστους του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά.

(β) *Η δυνατότητα χρησιμοποίησης αποδοτικότερης τεχνολογίας και τελειότερου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού στην παραγωγή τουριστικών αγαθών*: πολλές φορές η δυνατότητα χρησιμοποίησης αποδοτικότερης τεχνολογίας και τελειότερου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων είναι αποκλειστικό προνόμιο, θα μπορούσε να πει κανείς, των μεγάλων οικονομικού δυναμισμού τουριστικών επιχειρήσεων όχι μόνο γιατί είναι δαπανηρή, αλλά και γιατί προϋποθέτει μεγάλο όγκο παραγωγής. Διαφορετικά ούτε λόγος να γίνεται, γιατί και μόνο η δυσανάλογη επιβάρυνση που προκαλεί αυτή στο κόστος παραγωγής των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων την κάνει γι' αυτές σχεδόν απαγορευτική.

(2) Αντιοικονομίες μεγέθους: η συνεχής αύξηση του μεγέθους της τουριστικής επιχείρησης θα οδηγήσει αναπόφευκτα από ένα σημείο και μετά και στην εμφάνιση αντιοικονομιών μεγέθους που σημαίνει αύξηση του κατά μονάδα κόστους του τουριστικού προϊόντος που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά. Αυτό βασικά πρέπει να αποδοθεί στα προβλήματα μάνατζμεντ και συντονισμού των διάφορων παραγωγικών δραστηριοτήτων της τουριστικής επιχείρησης, που αναπόφευκτα παρουσιάζονται καθώς αυτή μεγαλώνει και αυξάνει την παραγωγική της δραστηριότητα. Κοντολογίς οφείλεται στην ανάπτυξη διοικητικών και άλλων γραφειοκρατικών μηχανισμών που περιορίζουν την απόδοση του μάνατζμεντ της τουριστικής επιχείρησης.

10. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από μια τουριστική επιχείρηση και από όλες μαζί

10.1. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από μια τουριστική επιχείρηση

Ο κυριότερος σκοπός-στόχος κάθε τουριστική επιχείρησης είναι να μεγιστοποιήσει το κέρδος της, δηλαδή να αυξήσει όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται τη διαφορά μεταξύ των εσόδων που πραγματοποιεί αυτή από την πώληση των τουριστικών προϊόντων που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων και του κόστους που συνεπάγεται η παραγωγή τους. Το κόστος παραγωγής της τουριστικής επιχείρησης εξαρτάται, όπως είναι γνωστό, από την ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγει και προσφέρει αυτή στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση αντίστοιχα. Τα έσοδα που πραγματοποιεί η τουριστική επιχείρηση εξαρτώνται από την ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγει αυτή και από την τιμή στην οποία το διαθέτει στην τουριστική αγορά. Ας υποθεθεί ότι η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος παραμένει αμετάβλητη, δηλαδή σταθερή, και ότι η τουριστική επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να διαθέτει στην τουριστική αγορά οποιαδήποτε ποσότητα και αν παράγει. Το ερώτημα όμως που φυσιολογικά γεννιέται είναι ποια ποσότητα του τουριστικού προϊόντος τη συμφέρει να παράγει και να προσφέρει στην τουριστική αγορά. Δηλαδή ποια είναι η ποσότητα εκείνη του τουριστικού προϊόντος που όταν παραχθεί και προσφερθεί στην τουριστική αγορά μεγιστοποιεί το κέρδος της τουριστικής επιχείρησης. Η ποσότητα λοιπόν του τουριστικού προϊόντος που όταν παραχθεί και διατεθεί στην τουριστική αγορά μεγιστοποιεί το κέρδος της τουριστικής επιχείρησης είναι αυτή που προσδιορίζεται από την ισότητα τιμής και οριακού κόστους. Αν για παράδειγμα η τιμή στην οποία παράγεται μια μονάδα απομίμησης ενός αρχαίου αγάλματος είναι 3,52 ευρώ, από τον πίνακα 3 μπορεί να δει κανείς ότι η ποσότητα που θα παράγει η τουριστική επιχείρηση είναι 25 μονάδες απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, γιατί σε αυτό το επίπεδο παραγωγής η τιμή είναι ίση με το οριακό κόστος. Αν η τιμή όμως αυξηθεί στα 6,46 ευρώ, η τουριστική επιχείρηση θα αυξήσει την παραγωγή απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων κατά 1 μονάδα. Αυτό ση-

μαίνει ότι η ποσότητα των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που παράγονται και προσφέρονται στην τουριστική αγορά θα φτάσει τις 26 μονάδες. Με άλλα λόγια κάθε φορά που μεταβάλλεται η τιμή του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος η τουριστική επιχείρηση μεταβάλλει την ποσότητα του που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά, ακολουθώντας την καμπύλη του οριακού κόστους παραγωγής του. Το μέρος εκείνο της καμπύλης του οριακού κόστους παραγωγής των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που ανέρχεται και που βρίσκεται πάνω από την καμπύλη του μέσου μεταβλητού κόστους παραγωγής τους αποτελεί στην ουσία, όπως ήδη ειπώθηκε, την καμπύλη προφοράς της τουριστικής επιχείρησης στη βραχυχρόνια περίοδο. Δηλαδή είναι η καμπύλη που δείχνει τις διάφορες ποσότητες απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που η τουριστική επιχείρηση είναι διατεθειμένη να παράγει και να προσφέρει στην τουριστική αγορά σε κάθε επίπεδο διαμόρφωσης της τιμής τους.

Τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 5 αναφέρονται στην προσφορά τουριστικών αναμνηστικών και συγκεκριμένα σε απομιμήσεις αρχαίων αγαλμάτων εκ μέρους μιας τουριστικής επιχείρησης και παριστάνονται γραφικά στο διάγραμμα 6. Η καμπύλη ΠΠ είναι η καμπύλη προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων της τουριστικής επιχείρησης για την οποία ο λόγος.

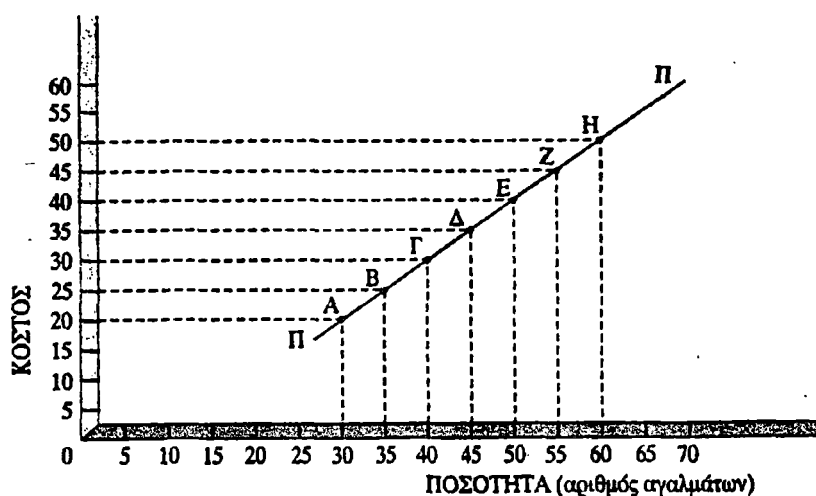
ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Η προσφορά απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από μια τουριστική επιχείρηση

	Τιμή αγάλματος	Ποσότητα Αγαλμάτων
A	5,87	30
B	7,34	35
Γ	8,80	40
Δ	10,27	45
E	11,74	50
Z	13,21	55
H	14,67	60

Διάγραμμα 6

Η καμπύλη προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από μια τουριστική επιχείρηση



Γενικά θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι όταν αυξάνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, αυξάνεται και η ποσότητα που παράγεται και προσφέρεται εκ μέρους μιας τουριστικής επιχείρησης στην τουριστική αγορά και αντίστροφα. Η σχέση αυτή ανάμεσα στην τιμή ενός τουριστικού προϊόντος και την ποσότητα που παράγεται και προσφέρεται σε κάθε τιμή κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση, είναι γνωστή σαν νόμος της προσφοράς. Γραφικά αυτό σημαίνει ότι η καμπύλη προσφοράς της τουριστικής επιχείρησης ανέρχεται, δηλαδή έχει κλίση θετική.

10.2. Η ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις μαζί

Η καμπύλη προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι το άθροισμα καμπυλών προσφοράς των τουριστικών επιχειρήσεων που παράγουν το τουριστικό προϊόν αυτό και δείχνει σε κάθε τιμή την ποσότητα που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά όλες μαζί οι τουριστικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου. Γραφικά η καμπύλη προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι το οριζόντιο άθροισμα των καμπυλών προσφοράς των μεμονωμένων τουριστικών επιχειρήσεων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Αυτό σημαίνει ότι σε κάθε τιμή προσθέτει κανείς τις ποσότητες ενός τουριστικού αγαθού ή

μιας τουριστικής υπηρεσίας που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά κάθε τουριστική επιχείρηση χωριστά.

Αν για χάρη απλοδότησης υποτεθεί ότι υπάρχουν χίλιες τουριστικές επιχειρήσεις που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά ακριβώς τις ίδιες απομιμήσεις αρχαίων αγαλμάτων και τις ίδιες ποσότητες με την τουριστική επιχείρηση του πίνακα 5, τότε η ποσότητα που θα παραχθεί και προσφερθεί συνολικά απ' όλες μαζί τις χίλιες τουριστικές επιχειρήσεις σε κάθε τιμή, κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου, θα είναι η ποσότητα που παράγει και προσφέρει στην τουριστική αγορά σε κάθε τιμή, κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου, η τουριστική επιχείρηση του πίνακα 5 επί χίλια. Ο πίνακας 6 παρουσιάζει τη συνολική προσφορά απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων στην τουριστική αγορά.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι η καμπύλη προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι ανερχόμενη, όπως ακριβώς και η καμπύλη προσφοράς της τουριστικής επιχείρησης, που σημαίνει ότι έχει κλίση θετική και εκφράζει το νόμο της προσφοράς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Η προσφορά απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις μαζί

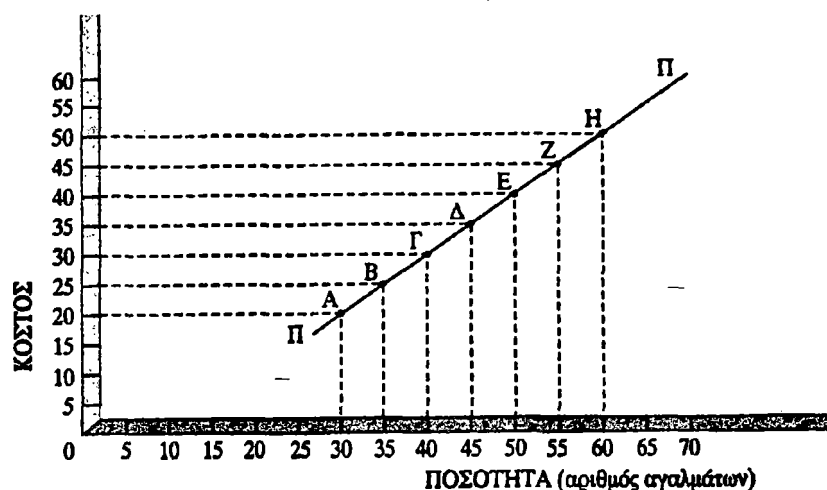
	Τιμή αγάλματος	Ποσότητα αγαλμάτων
A	5,87	30.000
B	7,34	35.000
Γ	8,80	40.000
Δ	10,27	45.000
E	11,74	50.000
Z	13,21	55.000
H	14,67	60.000

Τα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 6 μπορούν να παρουσιάζονται γραφικά και με το διάγραμμα 7. Ο κάθετος άξονας του διαγράμματος παριστάνει την τιμή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων και ο οριζόντιος άξονας την ποσότητα τους που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά. Με βάση τα υποθετικά

δεδομένα του πίνακα 6 μπορεί να προσδιορίσει κανείς τα σημεία που αντιστοιχούν στους συνδυασμούς των τιμών και των ποσοτήτων των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που παράγονται και προσφέρονται στην τουριστική αγορά. Αν συνδέσει κανείς τα σημεία αυτά σχηματίζεται η καμπύλη προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων.

Διάγραμμα 7

Η καμπύλη προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις μαζί



Όπως και στην περίπτωση της ζήτησης ενός τουριστικού προϊόντος, έτσι και στην περίπτωση της προσφοράς του θα πρέπει να γίνεται διάκριση μεταξύ μιας μεταβολής της προσφερόμενης ποσότητας του και μιας μεταβολής της προσφοράς του. Οποιαδήποτε μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας ενός τουριστικού προϊόντος σημαίνει μετατόπιση πάνω στην καμπύλη προσφοράς τον από ένα σημείο σε άλλο, όπως για παράδειγμα από το σημείο Α στο σημείο Β κλπ. της καμπύλης ΠΠ στο διάγραμμα 8 που βασίζεται στα υποθετικά δεδομένα του πίνακα 7, ενώ οποιαδήποτε μεταβολή της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος σημαίνει μετακίνηση της καμπύλης προσφοράς τον προς τα αριστερά ή δεξιά, όπως για παράδειγμα μετακίνηση της καμπύλης προσφοράς ΠΠ στη θέση P_1 ή P_2 στο ίδιο διάγραμμα.

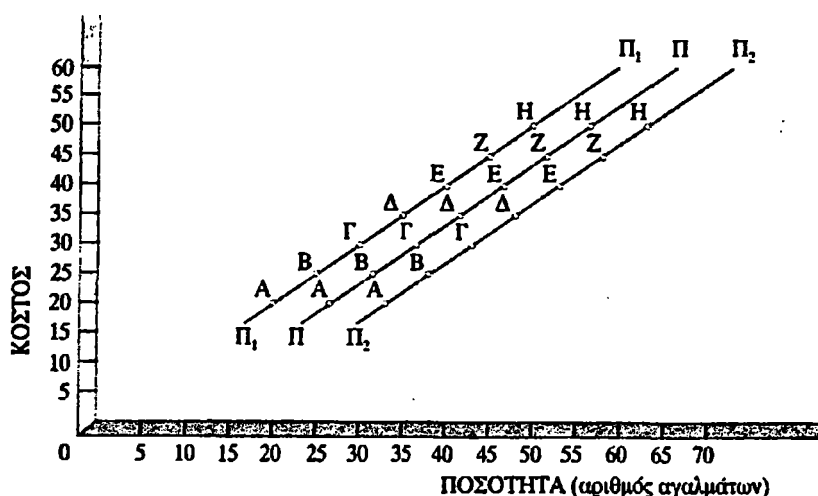
ΠΙΝΑΚΑΣ 7

Η μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων και της προσφοράς τους στην τουριστική αγορά

	Τιμή αγάλματος	Αρχική προσφορά	Μεταφορά μετά την \pm μεταβολή	
		Προσφερόμενη ποσότητα αγαλμάτων	+ Προσφερόμενη ποσότητα αγαλμάτων	- Προσφερόμενη ποσότητα αγαλμάτων
A	5,87	88,04	102,71	73,37
B	7,34	102,71	117,39	88,04
Γ	8,80	117,39	132,06	102,71
Δ	10,27	132,06	146,74	117,39
Ε	11,74	146,74	161,41	132,06
Z	13,21	161,41	176,08	146,74
H	14,67	176,08	190,76	161,41

Διάγραμμα 8

Η μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας απομιμήσεως αρχαίων αγαλμάτων και της προσφοράς τους στην τουριστική αγορά



Για να μεταβληθεί η προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος πρέπει οπωσδήποτε να σημειωθεί μια μεταβολή στη σχέση που υπάρχει μεταξύ της τιμής του και της ποσότητας του που προσφέρεται σε κάθε τιμή κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου. Για παράδειγμα ο πίνακας 7 και το διάγραμμα 8 παρουσιάζουν την αρχική προσφορά απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων μετά από μια αύξηση και μετά από μια μείωση της. Στο διάγραμμα 8 η καμπύλη προσφοράς, μετά την αύξηση

της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος, μετακινείται προς τα δεξιά και συγκεκριμένα από τη θέση ΓΠΙ στη θέση P_2P_2 . Με τη νέα καμπύλη προσφοράς σε κάθε τιμή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων, αντιστοιχεί μικρότερη ποσότητα τους που παράγεται και προσφέρεται. Αυτό με τη σειρά του σημαίνει μείωση της προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις που τις παράγουν. Αν όμως υπάρχει μια ορισμένη καμπύλη προσφοράς του τουριστικού αγαθού για το οποίο ο λόγος και μειωθεί η τιμή στην οποία προσφέρεται, τότε η μετακίνηση γίνεται από ένα σημείο της καμπύλης προσφοράς του σε άλλο χωρίς να μετακινηθεί αυτή προς τα δεξιά ή τα αριστερά, δηλαδή χωρίς να μεταβληθεί η προσφορά του. Για παράδειγμα, αν η καμπύλη προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων είναι η ΓΠΙ στο διάγραμμα 8 και η τιμή στην οποία προσφέρονται αυτές μειωθεί από 10,27 ευρώ σε 7,34 ευρώ κατά μονάδα, τότε η ποσότητα τους που παράγεται και προσφέρεται από τις τουριστικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου θα μειωθεί από 45 χιλιάδες σε 35 χιλιάδες μονάδες, δηλαδή θα γίνει μια μετατόπιση από το σημείο Δ της καμπύλης προσφοράς απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων στο σημείο Β χωρίς να μετακινηθεί αυτή προς τα δεξιά ή τα αριστερά. Αν πάλι η τιμή των απομιμήσεων αρχαίων αγαλμάτων που προσφέρονται αυξηθεί από 10,27 ευρώ σε 13,21 ευρώ κατά μονάδα, τότε η ποσότητα τους που παράγεται και προσφέρεται από τις τουριστικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου θα αυξηθεί από 45 χιλιάδες σε 55 χιλιάδες μονάδες, δηλαδή θα γίνει μετατόπιση από το σημείο Δ της καμπύλης προσφοράς τους ΓΠΙ στο σημείο Ζ χωρίς και πάλι να μετακινηθεί αυτή προς τα δεξιά ή τα αριστερά.

11. Η παραγωγικότητα των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων

Απαραίτητη προϋπόθεση για την αύξηση της προσφοράς τουριστικών προϊόντων είναι η αύξηση των εισροών των διαθέσιμων συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων ή η αύξηση της παραγωγικότητας των διαθέσιμων συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων ή και των δυο μαζί.

Η παραγωγικότητα μπορεί να οριστεί σαν το ηλίκο της διαίρεσης τον τουριστικού προϊόντος που παράγεται με την εισροή που χρειάστηκε για να παρα-

χθεί. Αν με A παρασταθεί το τουριστικό προϊόν, με E η εισροή που χρειάστηκε για να παραχθεί αυτό και με Π η παραγωγικότητα, ισχύει η σχέση:

$$\Pi = \frac{A}{E}$$

Η εισροή μπορεί να είναι εργασία, έδαφος, κεφάλαιο ή επιχειρηματικότητα. Έτσι λοιπόν η παραγωγικότητα διακρίνεται αντίστοιχα σε παραγωγικότητα της εργασίας, του εδάφους, του κεφαλαίου και της επιχειρηματικότητας. Συνήθως όμως σαν γενικός δείκτης της παραγωγικότητας στον τουρισμό χρησιμοποιείται η παραγωγικότητα της εργασίας. Με άλλα λόγια το προϊόν της επένδυσης κάποιων ανθρωποωρών εργασίας στην παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος.

Η παραγωγικότητα στον τουρισμό έχει την έννοια ότι από ορισμένες εισροές παραγωγικών συντελεστών παράγονται ορισμένα τουριστικά προϊόντα. Αύξηση της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων σημαίνει ότι με τις ίδιες εισροές, δηλαδή χωρίς οποιαδήποτε αύξηση της ποσότητας τους που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία, πετυχαίνεται καλύτερο τελικό αποτέλεσμα. Με άλλα λόγια παράγεται μεγαλύτερη ποσότητα τουριστικού προϊόντος. Αυτό έχει οπωσδήποτε μεγάλη σημασία για την τουριστική επιχείρηση, αποτελεί δε αναμφίβολα το δυναμικότερο τρόπο αύξησης της παραγωγής τουριστικών προϊόντων.

Η παραγωγικότητα των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων προσδιορίζεται όπως είναι φυσικό από πολλούς παράγοντες, οι σημαντικότεροι από τους οποίους αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

11.1. Το μέγεθος της παραγωγής τουριστικών προϊόντων

Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων σε μεγάλη ποσότητα δημιουργεί ορισμένα πλεονεκτήματα και συγκεκριμένα τις λεγόμενες «οικονομίες μεγέθους», που οδηγούν σε αύξηση της παραγωγικότητας. Τέτοια πλεονεκτήματα είναι για παράδειγμα η καλύτερη οργάνωση της παραγωγής τουριστικών προϊόντων, η προχωρημένη τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία, η υποκατάσταση του παραγωγικού συντελεστή «εργασία» με κεφαλαιουχικό εξοπλισμό, εφόσον

αυτό κρίνεται σκόπιμο κλπ. Τα πλεονεκτήματα αυτά δημιουργούνται είτε μέσα στην τουριστική επιχείρηση και χαρακτηρίζονται σαν «εσωτερικές οικονομίες» είτε στο εξωτερικό της περιβάλλον και χαρακτηρίζονται σαν «εξωτερικές οικονομίες». Οι εξωτερικές οικονομίες μεταβιβάζονται από τη μια τουριστική επιχείρηση στην άλλη μέσα από το πλέγμα «εισροών-εκροών».

11.2. Η ποσοτική και ποιοτική στάθμη των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων

Η ποσοτική και ποιοτική στάθμη των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, δηλαδή της εργασίας, του κεφαλαίου, του εδάφους και της επιχειρηματικότητας, επηρεάζει άμεσα την παραγωγικότητα της προσφοράς τουριστικών προϊόντων.

Έτσι λοιπόν: (1) Ο αριθμός των απασχολουμένων στην τουριστική οικονομία, η αρτιότητα της εκπαίδευσής τους, η διανοητική τους στάθμη, η κατάσταση της υγείας τους, οι όροι αμοιβής τους, κλπ. επηρεάζουν άμεσα την παραγωγικότητα του παραγωγικού συντελεστή «εργασία» και κατ' επέκταση το αποτέλεσμα της τουριστικής παραγωγής. (2) Ο αριθμός των τουριστικών καταλυμάτων και η κατηγορία στην οποία ανήκουν, ο τεχνικός εξοπλισμός που χρησιμοποιείται στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων, τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται για την πραγματοποίηση του τουριστικού ταξιδιού και η ποιοτική τους στάθμη κλπ. (3) Η καταλληλότητα και γονιμότητα του εδάφους στο οποίο επιχειρείται η τουριστική ανάπτυξη, όπως για παράδειγμα η κατασκευή έργων τουριστικής υποδομής και ανώδομης, η καλλιέργεια οπωροκηπευτικών που χρειάζονται για τη διατροφή των τουριστών κλπ. (4) Η επιχειρηματικότητα, δηλαδή η ανθρώπινη ικανότητα του συνδυασμού των άλλων τριών συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, δηλαδή της εργασίας, του κεφαλαίου και του εδάφους για την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων ή καλύτερων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Ο ιδιοκτήτης μιας τουριστικής επιχείρησης ή το αρμόδιο διοικητικό της όργανο, σε περίπτωση που έχει τη μορφή νομικού προσώπου, παίρνει τις βασικές αποφάσεις για την τουριστική επιχείρηση, αλλά παράλληλα αναλαμβάνει τους οικονομικούς κινδύνους που συνεπάγεται γι' αυτήν η υλοποίηση των αποφάσεων αυτών.

11.3. Οι τεχνολογικές και οργανωτικές καινοτομίες στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων

Οι τεχνολογικές και οργανωτικές καινοτομίες αποτελούν αναμφίβολα τους σημαντικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες αύξησης της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων και κατ' επέκταση της προσφοράς τους. Με την εισαγωγή τεχνολογικών και κυρίως οργανωτικών καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία τουριστικών προϊόντων είναι δυνατό να επιτευχθούν χωρίς άλλο αυξήσεις της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, που σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι μεγαλύτερες και σε άλλες πάλι μικρότερες. Αν και ο τουρισμός αποτελεί κλάδο οικονομικής δραστηριότητας «έντασης εργασίας», η εισαγωγή τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία οδηγούν με βεβαιότητα σε μια αύξηση της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, κατ' ακολουθία δε και της προσφοράς τους εφόσον βέβαια αυτή είναι επιθυμητή.

11.4. Η εξειδίκευση της εργασίας των απασχολούμενων στην τουριστική οικονομία

Οι επιπτώσεις της εξειδίκευσης της εργασίας στην αύξηση της παραγωγικότητας είναι οπωσδήποτε θετικές. Είναι φυσικό άτομα που απασχολούνται στην τουριστική οικονομία σε θέσεις εργασίας που δεν έχουν εκπαιδευτεί για να κάνουν, να μην μπορούν να αποδώσουν αυτά που θα μπορούσαν κάτω από διαφορετικές συνθήκες, δηλαδή αν είχαν αποκτήσει τις απαραίτητες για την εργασία που κάνουν γνώσεις, εμπειρίες και δεξιότητες. Εκτός όμως από μειωμένη απόδοση, η κατηγορία αυτή των απασχολούμενων στην τουριστική οικονομία έχει και μειωμένη παραγωγικότητα, που σημαίνει ότι η ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που παράγουν, σε σχέση με τις ανθρωπόωρες εργασίες που επενδύουν γι' αυτόν το σκοπό, είναι περιορισμένη. Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω συνειδητοποιείται ότι η εξειδίκευση της εργασίας των απασχολούμενων στην τουριστική οικονομία παίζει καθοριστικό ρόλο στην αύξηση της παραγωγικότητας τους, κατ' επέκταση δε και στην αύξηση της ποσότητας του τουριστικού προϊόντος που παράγουν.

12. Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής

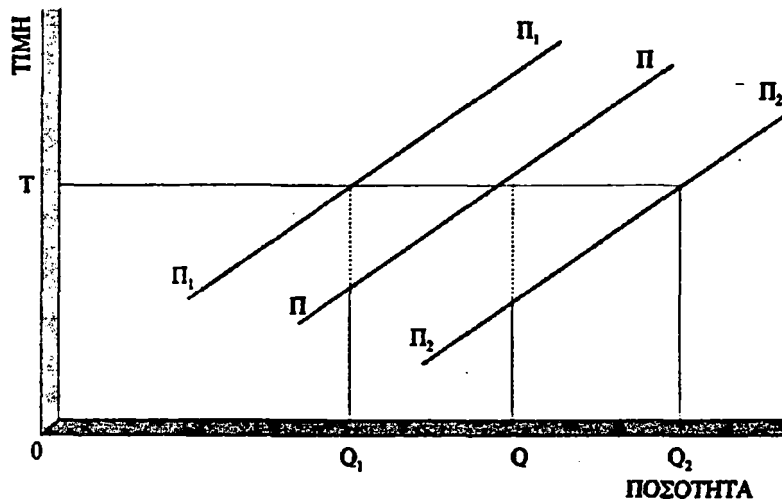
12.1. Μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής

Μια οποιαδήποτε μεταβολή στις τιμές των συντελεστών παραγωγής που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος θα έχει σαν άμεση συνέπεια μια μεταβολή στο κόστος παραγωγής του. Όταν αυξάνονται οι τιμές των συντελεστών παραγωγής τον τουριστικού προϊόντος αυξάνεται αυτόματα και το κόστος παραγωγής τον τουριστικού προϊόντος, αφού για κάθε επίπεδο παραγωγής του το κόστος είναι ψηλότερο. Γραφικά αυτό μπορεί να παρασταθεί με μια μετατόπιση της καμπύλης του οριακού κόστους προς τα πάνω. Κατά συνέπεια για το ανερχόμενο τμήμα του, που είναι η καμπύλη της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος, αυτό σημαίνει μια μετακίνηση της προς τα αριστερά, όπως στο διάγραμμα 9, δηλαδή από τη θέση $\Gamma\Pi\Pi$ στη θέση P_1P_1 . Έτσι λοιπόν ενώ η προσφερόμενη ποσότητα του τουριστικού προϊόντος στην τιμή T ήταν Q με την αρχική καμπύλη προσφοράς του $\Gamma\Pi\Pi$, τώρα μειώνεται σε Q_1 με τη νέα καμπύλη προσφοράς του P_1P_1 .

Σε περίπτωση όμως που μειώνονται οι τιμές των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων, μειώνεται αυτόματα και το κόστος παραγωγής του τουριστικού προϊόντος, που σημαίνει χαμηλότερο κόστος για κάθε επίπεδο παραγωγής του. Γραφικά αυτό μπορεί να παρασταθεί με μια μετατόπιση της καμπύλης οριακού κόστους προς τα κάτω και επόμενος μετατόπιση της καμπύλης προσφοράς του τουριστικού προϊόντος προς τα δεξιά και συγκεκριμένα από τη θέση P_2P_2 από τη θέση $\Gamma\Pi\Pi$ στο διάγραμμα 9 Έτσι λοιπόν στην ίδια τιμή T η προσφερόμενη ποσότητα του τουριστικού προϊόντος αυξάνεται από Q σε Q_2 .

Διάγραμμα 9

Οι μετατοπίσεις της καμπύλης τουριστικής προσφοράς λόγω μεταβολών στις τιμές των παραγωγικών συντελεστών και στην τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία



12.2. Μεταβολές στην τεχνολογία

Οποιοσδήποτε μεταβολές στην τεχνολογία σημαίνουν μεταβολές στη συνάρτηση παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος, δηλαδή μετατοπίσεις στις καμπύλες αγαθών ή υπηρεσιών των μεταβλητών των συντελεστών παραγωγής τουριστικών προϊόντων. Έστω ότι η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος βελτιώνεται, που σημαίνει ότι με τις ίδιες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών αυξάνεται η ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά. Αν οι τιμές των συντελεστών παραγωγής του τουριστικού προϊόντος παραμένουν αμετάβλητες, δηλαδή σταθερές, τότε το κόστος παραγωγής του σε καμία περίπτωση δεν μεταβάλλεται, εφόσον δεν μεταβάλλεται η ποσότητα των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του. Αυτό όμως σημαίνει μείωση του μέσου οριακού κόστους του τουριστικού προϊόντος, αφού η ποσότητα του που παράγεται αυξάνεται και το συνολικό κόστος της παραγωγής του παραμένει αμετάβλητο, δηλαδή σταθερό. Γραφικά αυτό μπορεί να παρασταθεί με μια μετατόπιση της καμπύλης του οριακού και μέσου κόστους παραγωγής του τουριστικού προϊόντος προς τα κάτω. Κατά συνέπεια η καμπύλη προ-

σφοράς του τουριστικού προϊόντος μετατοπίζεται προς τα δεξιά, όπως στο διάγραμμα 9 και συγκεκριμένα από την αρχική θέση ΠΠ στη νέα θέση Ρ₂Ρ₂. Έτσι λοιπόν στην ίδια τιμή Τ, η ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά από τις τουριστικές επιχειρήσεις αυξάνεται από Q σε Q₂.

Σε περίπτωση όμως που συμβεί το αντίθετο, δηλαδή που η τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος χειροτερεύει, το αποτέλεσμα θα είναι ακριβώς το αντίθετο. Συγκεκριμένα η καμπύλη προσφοράς του τουριστικού προϊόντος θα μετατοπιστεί προς τα αριστερά.

13. Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων

Οι τιμές των διάφορων τουριστικών προϊόντων που παράγονται και προσφέρονται στην τουριστική αγορά καθορίζουν τον προσανατολισμό των παραγωγικών συντελεστών της τουριστικής οικονομίας στις διάφορες χρήσεις και κατά συνέπεια τα διάφορα επίπεδα παραγωγής των τουριστικών επιχειρήσεων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Αν για οποιονδήποτε λόγο οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων αυξηθούν και η τιμή του τουριστικού προϊόντος που παράγει μια τουριστική επιχείρηση μείνει αμετάβλητη, δηλαδή σταθερή, ή έστω αυξηθεί αλλά λιγότερο απ' ό,τι αυτή των άλλων τουριστικών προϊόντων, οι διαθέσιμοι παραγωγικοί συντελεστές της τουριστικής οικονομίας ή άλλοι παραγωγικοί συντελεστές που θα αποσπαστούν από την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος με τη χαμηλότερη τιμή, θα στραφούν φυσιολογικά στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων η τιμή των οποίων διαμορφώνεται στην τουριστική αγορά σε υψηλότερα επίπεδα. Αυτό όμως θα έχει σαν συνέπεια τη μείωση της παραγωγής και κατ' επέκταση της προσφοράς στην τουριστική αγορά του τουριστικού προϊόντος με τη χαμηλότερη τιμή. Αντίθετα, αν για οποιοδήποτε λόγο οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων σημειώσουν πτώση στην τουριστική αγορά και μάλιστα σε σημείο που να είναι χαμηλότερες από αυτήν του τουριστικού προϊόντος που παράγει μια τουριστική επιχείρηση, τότε φυσιολογικά θα συγκεντρωθούν περισσότεροι παραγωγικοί συντελεστές στην παραγωγή του. Αυτό όμως θα έχει αναπόφευκτα σαν συνέπεια την αύξηση της παραγωγής του και κατ' επέκταση της προσφοράς του στους τουρίστες, πλην όμως όχι σαν συνέπεια της μεταβολής της τιμής του αλλά των τιμών των άλλων τουριστικών προϊόντων στην τουρι-

στική αγορά. Τέτοιου είδους αναδιαρθρώσεις στη χρήση παραγωγικών συντελεστών στην τουριστική οικονομία και επιδράσεις στην παραγωγή και προσφορά τουριστικών προϊόντων, γίνονται με την προϋπόθεση ότι η αλλαγή στη χρήση των παραγωγικών συντελεστών στην τουριστική οικονομία είναι-κατά περίπτωση δυνατή. Αν όμως δεν είναι αυτή δυνατή, όπως πολλές φορές συμβαίνει λόγω της πολύ μεγάλης εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών, τότε τέτοιου είδους επιδράσεις δεν υπάρχουν ή υπάρχουν σε μακροχρονιότερη περίοδο, όταν έχει πραγματοποιηθεί μια επανειδίκευσή τους.

14. Οι προβλέψεις για μελλοντικές εξελίξεις των τιμών

Οι αποφάσεις που παίρνονται από τα αρμόδια διοικητικά όργανα των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με το επιθυμητό επίπεδο παραγωγής και προσφοράς τουριστικών προϊόντων, δεν παίρνονται μόνο με βάση ορισμένα τεχνικο-οικονομικά δεδομένα που υπάρχουν σε κάποια στιγμή, αλλά και τις προβλέψεις που γίνονται εκ μέρους τους για μελλοντικές εξελίξεις των τιμών των τουριστικών προϊόντων που παράγονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις και προσφέρονται στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση. Αν για παράδειγμα οι τουριστικές επιχειρήσεις προβλέπουν αύξηση της τιμής ενός υλικού τουριστικού προϊόντος που παράγουν, δηλαδή ενός τουριστικού αγαθού, είναι δυνατό να μειώσουν την προσφορά του στην τουριστική αγορά εφόσον αυτό μπορεί να αποθηκευτεί. Αν όμως το τουριστικό προϊόν που παράγουν είναι αυλό, δηλαδή τουριστική υπηρεσία και κατά συνέπεια δεν μπορεί να αποθηκευτεί, τότε η πρόβλεψη τους για αυξημένες μελλοντικές τιμές του είναι δυνατό να αποτελέσει κίνητρο για τις τουριστικές επιχειρήσεις αυτές, για να αυξήσουν έγκαιρα την παραγωγική τους δυναμικότητα και την κατάλληλη στιγμή να είναι σε θέση να παράγουν και να προσφέρουν στην τουριστική αγορά μεγαλύτερες ποσότητες από αυτήν την τουριστική υπηρεσία, πραγματοποιώντας έτσι και μεγαλύτερα κέρδη.

Όλα αυτά βέβαια εφόσον γίνεται πρόβλεψη για μελλοντική αύξηση της τιμής ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από τουριστικές επιχειρήσεις στην τουριστική αγορά. Το ερώτημα που φυσιολογικά γεννιέται είναι τι θα συμβεί σε περίπτωση που γίνει πρόβλεψη εκ μέρους των τουριστικών επιχειρή-

σεων για μελλοντική μείωση της τιμής ενός τουριστικού προϊόντος που παράγουν και προσφέρουν αντί κάποιου επιθυμητού κέρδους στην τουριστική αγορά.

Ας υποθεθεί λοιπόν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν πραγματικά προβλέψει μια μελλοντική μείωση της τιμής ενός τουριστικού προϊόντος που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά. Παράλληλα θα περιορίσουν τις προμήθειες πρώτων υλών αν όχι στις εντελώς απαραίτητες, τουλάχιστον σε λογικές ποσότητες. Αν πάλι το τουριστικό προϊόν που παράγουν είναι αυλό, δηλαδή τουριστική υπηρεσία, τότε όταν η τιμή του σημειώσει τη μείωση που έχει προβλεφτεί, θα εξακολουθήσουν να το παράγουν μέχρι τότε που μια παραπέρα μείωση της θα κάνει την παραγωγή του εντελώς ασύμφορη από οικονομικής άποψης. Σε αυτήν την περίπτωση οι τουριστικές επιχειρήσεις που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά το αυλό τουριστικό προϊόν για το οποίο ο λόγος, θα αναστείλουν προσωρινά την παραγωγή του μέχρι να κριθεί και πάλι οικονομικά σύμφορη εκ μέρους τους.

15. Η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος

Η ελαστικότητα προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος δείχνει το βαθμό στον οποίο η ποσότητα που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση ανταποκρίνεται στις μεταβολές της τιμής του. Αν μια ορισμένη ποσοστιαία μεταβολή στην τιμή ενός τουριστικού προϊόντος επιφέρει μεγαλύτερη ποσοστιαία μεταβολή στην ποσότητα που παράγεται και προσφέρεται αυτό στην τουριστική αγορά, τότε η προσφορά του είναι ελαστική. Αν πάλι η ποσοστιαία μεταβολή στην τιμή ενός τουριστικού προϊόντος επιφέρει μικρότερη ποσοστιαία μεταβολή στην ποσότητα που παράγεται και προσφέρεται αυτό στην τουριστική αγορά για κατανάλωση ή χρήση, τότε η προσφορά τους είναι ανελαστική.

Ο τύπος που χρησιμοποιείται για να βρεθεί η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος, είναι ανάλογος με αυτόν που χρησιμοποιείται για να βρεθεί η ελαστικότητα της ζήτησης ενός τουριστικού προϊόντος. Η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι ίση με το λόγο της ποσοστιαίας μεταβολής της ποσότητας ενός τουριστικού προϊόντος που παράγεται από τις τουριστικές επιχειρήσεις και προσφέρεται στην τουριστική κατανάλωση ή χρήση, προς την ποσοστιαία μεταβολή της τιμής του. Δηλαδή:

$$\text{Ελαστικότητα προσφοράς τουριστικού προϊόντος} = \frac{\text{Ποσοστιαία μεταβολή της προσφερόμενης ποσότητας του τουριστικού προϊόντος}}{\text{Ποσοστιαία μεταβολή της τιμής του τουριστικού προϊόντος}}$$

Αν παρασταθεί με E_{π} συντελεστής ελαστικότητας της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος, με Q η αρχική ποσότητα του τουριστικού προϊόντος, με T η αρχική τιμή του τουριστικού προϊόντος και με ΔT η ποσοστιαία μεταβολή της τιμής του τουριστικού προϊόντος, τότε σύμφωνα με τον ορισμό της ελαστικότητας της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος θα έχουμε:

$$E_{\pi} = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta T/T} = \frac{\Delta Q}{\Delta T} * \frac{T}{Q}$$

Αν για παράδειγμα το κόστος παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος αυξηθεί από 300 σε 350 δραχμές και παράλληλα αυξηθεί η αρχική ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο από 18 σε 22 μονάδες αντίστοιχα, τότε $\Delta Q = 22-18 = 4$ και $\Delta T = 350-300 = 50$. Αντικαθιστώντας στον τύπο της ελαστικότητας της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος θα έχουμε:

$$E_{\pi} = \frac{\Delta Q}{\Delta T} * \frac{T}{Q} = \frac{50}{4} * \frac{18}{300} = 0,75$$

Στην περίπτωση της ζήτησης ενός τουριστικού προϊόντος μια ορισμένη μεταβολή στην τιμή του επιφέρει αντίθετη μεταβολή στην ποσότητα του που ζητείται στην τουριστική αγορά. Γι' αυτόν το λόγο, ο συντελεστής της ελαστικότητας της ζήτησης ενός τουριστικού προϊόντος είναι αρνητικός. Αντίθετα στην περίπτωση της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος, μια ορισμένη μεταβολή της τιμής του τουριστικού προϊόντος επιφέρει αντίθετη μεταβολή στην ποσότητα του που ζητείται στην τουριστική αγορά. Γι' αυτόν το λόγο ο συντελεστής της ελαστικότητας προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι θετικός, εφόσον η μεταβολή της ποσότητας του

τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά είναι πάντοτε προς την ίδια κατεύθυνση με τη μεταβολή της τιμής του.

Όταν η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι μεγαλύτερη από τη μονάδα, τότε αυτή είναι ελαστική, ενώ όταν αυτή είναι μικρότερη από τη μονάδα, τότε αυτή είναι ανελαστική. Επίσης όταν αυτή είναι ίση με τη μονάδα, τότε αυτή είναι μοναδιαία.

Ο κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας της ελαστικότητας της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος είναι αναμφίβολα ο χρόνος. Η προσαρμογή της τουριστικής παραγωγής, σε μια ορισμένη μεταβολή στην τιμή του τουριστικού αγαθού ή υπηρεσίας, θα είναι τόσο μεγαλύτερη όσο μεγαλύτερο είναι το χρονικό διάστημα κατά το οποίο γίνεται η προσαρμογή αυτή. Με άλλα λόγια η ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος θα είναι μεγαλύτερη στη μακροχρόνια περίοδο, εφόσον σε αυτήν η τουριστική-επιχείρηση μπορεί να μεταβάλει τους συντελεστές της παραγωγής τουριστικών προϊόντων. Αν για παράδειγμα η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος σε έναν τουριστικό προορισμό αυξηθεί ξαφνικά, είναι βέβαιο ότι οι παραγωγοί του δεν θα μπορέσουν να αυξήσουν την παραγωγή του και κατ' επέκταση την ποσότητα που προσφέρουν στους τουρίστες την ίδια ημέρα. Την ημέρα εκείνη η ποσότητα του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται εκ μέρους των παραγωγών του στους τουρίστες είναι σταθερή, γι' αυτό και δεν μπορεί να είναι τίποτε άλλο παρά τελείως ανελαστική. Τις επόμενες ημέρες οι παραγωγοί του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος θα αρχίσουν να παράγουν και να προσφέρουν μεγαλύτερες ποσότητες από αυτό στους τουρίστες, πλην όμως οι ποσότητες αυτές μπορούν να αυξηθούν μόνο μέχρι κάποιο σημείο. Αν όμως η τιμή αυτού του τουριστικού προϊόντος παραμείνει σε ψηλά επίπεδα για μεγάλο χρονικό διάστημα, τότε οι παραγωγοί του θα έχουν την ευκαιρία να αυξήσουν την παραγωγή του και κατ' επέκταση τις ποσότητες του που προσφέρουν στους τουρίστες. Αυτό σημαίνει μεταξύ άλλων ότι η αύξηση της παραγωγής του τουριστικού προϊόντος για το οποίο ο λόγος θα οδηγήσει και σε μια αύξηση των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του, η δε προσφερόμενη ποσότητα του θα εξακολουθήσει να αυξάνεται εφόσον η τιμή του συνεχίσει να παραμένει σε ψηλά επίπεδα.

Εκτός όμως από το χρόνο υπάρχει άλλος ένας παράγοντας που επηρεάζει

καθοριστικά την ελαστικότητα της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος. Αυτός είναι ο βαθμός εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος. Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος, τόσο μικρότερη είναι η δυνατότητα αύξησης της παραγωγής του και μετά από μια αύξηση της τιμής του και κατ' ακολουθία τόσο μικρότερη είναι και η ελαστικότητα της προσφοράς του.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 4^ο

Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Η εξέλιξη του τουρισμού σε σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο και η διάκριση του σε βασικές κατηγορίες

Ο τουρισμός σαν σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο έχει πάρει μια μαζικό χαρακτήρα, γεγονός που τον κάνει να διαφοροποιείται ουσιαστικά από τις παλαιότερες μορφές του. Παρ' όλα αυτά όμως ο τρόπος με τον οποίο εκδηλώνεται, δηλαδή με την πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε κάποιον άλλο, εξακολουθεί βασικά να παραμένει ίδιος, όπως ακριβώς πριν 50 ή 100 έτη κλπ. Η διαφορά μεταξύ των παλαιότερων μορφών τουρισμού και των σημερινών είναι οπωσδήποτε τόσο ποσοτική όσο και ποιοτική. Σε ό,τι αφορά όμως στις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, αυτές εξακολουθούν λίγο-πολύ να είναι ίδιες, όπως ίδια περίπου είναι και τα βασικά κίνητρα που τους προκαλούν την ανάγκη ή επιθυμία να αλλάξουν προσωρινά περιβάλλον και παραστάσεις.

Για να φτάσει ο τουρισμός στη σημερινή του μορφή, πέρασε διαχρονικά από διάφορες εξελικτικές φάσεις, μια από τις σημαντικότερες ήταν αναμφίβολα και εκείνη του «εκδημοκρατισμού» του, που τοποθετείται χρονολογικά αμέσως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Έτσι λοιπόν ο τουρισμός από προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή των λίγων, άρχισε βαθμιαία μεν αλλά σταθερά να γίνεται δικαίωμα των εργαζομένων και των μη προνομιούχων,

δηλαδή των πολλών. Η μεταπολεμική εποχή πέρα από το ό,τι έκανε τον τουρισμό πιο δημοκρατικό και κατά συνέπεια πιο προσιτό στις μεγάλες λαϊκές μάζες, έκανε και τους ανθρώπους πιο πρακτικούς, καθώς στον τουρισμό βρήκαν ένα μέσο μάλλον ξεκούρασης και ανανέωσης των σωματικών και ψυχικών τους δυνάμεων, παρά κοινωνικής προβολής και επίδειξης.

Στην ανάπτυξη τον τουρισμού καθοριστικό ρόλο διαδραμάτισε η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και κυρίως η «λαϊκοποίησή» τους, και αυτό γιατί πέρα από τη μαζικότητα και την ομαδικότητα πρόσφεραν σε αυτόν και το στοιχείο της υπερεθνικότητας, που μαζί με τα δυο πρώτα αποτελούν τα τρία βασικά συστατικά στοιχεία τον σύγχρονου τουρισμού. Εκτός όμως από την αποφασιστικής σημασίας συμβολή των κάθε είδους μεταφορικών μέσων, υπήρξαν και άλλοι παράγοντες που συμβάλανε στην ανάπτυξη του κατά κεφαλήν εισοδήματος, όπως η δικαιότερη διανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας και όρων αμοιβής των εργαζομένων, ή εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις, η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων από χώρα σε χώρα, ή ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων και η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής τους δράσης κλπ.

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιδράσεων του στις οικονομίες, οδήγησε πολλές χώρες όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, γεγονός το οποίο είχε σαν συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία μεν αλλά σταθερά η τουριστική οικονομία, που έχει σκοπό τη μελέτη και ανάλυση των οικονομικών συνθηκών και σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται κατά την παραγωγή και κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Με τη λήψη δε μέτρων υπέρ του τουρισμού, αρχίζει η εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση της πολιτικής εξουσίας στην τουριστική οικονομία, που αποβλέπει βασικά στη θέσπιση κανόνων για μια ελεγχόμενη και αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού. Ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός για την ανάπτυξη του τουρισμού και συγκεκριμένα της τουριστικής οικονομίας, που εκδηλώνεται είτε άμεσα με την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής ή και ανωδομής είτε έμμεσα με το μηχανισμό των χρηματοδοτή-

σεων ή και των κινήτρων γενικότερα, αποτελεί ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σύγχρονου τουρισμού, αλλά ταυτόχρονα και μια έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος πραγματικά θέλει να αναπτυχθεί ο τόσο σημαντικός αυτός, κάτω από προϋποθέσεις, κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, γιατί έτσι υπολογίζει να ωφεληθεί και η οικονομία του διαχρονικά από τις ευεργετικές αλυσιδωτές επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή μπορεί να οριστεί, σε γενικές γραμμές, σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων. Όπως μπορεί να διαπιστωθεί ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει βασικά δυο σκέλη. Το πρώτο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην πρόσκαιρη μετακίνηση των ανθρώπων, αντιπροσωπεύει το «καταναλωτικό» μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Τόσο η τουριστική προσφορά όσο και η τουριστική ζήτηση προϋποθέτουν την ύπαρξη κάποιων προϊόντων που μπορούν να εκφραστούν όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά, ή δε κατανάλωση ή χρήση τους να ικανοποιεί τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Πραγματικά τα τουριστικά αυτά προϊόντα υπάρχουν και διακρίνονται σε υλικά και άυλα, δηλαδή σε τουριστικά αγαθά και τουριστικές υπηρεσίες. Σε περίπτωση δε που προσφέρονται αυτά συνδυασμένα σαν ένα ενιαίο σύνολο και σε μια συνολική τιμή, τότε χαρακτηρίζονται σαν «τουριστικό πακέτο» ή «πακέτο περιήγησης». Κι επειδή αυτό περιλαμβάνει τουλάχιστον το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο με το οποίο θα πραγματοποιηθεί το ταξίδι, τη διαμονή σε ξενοδοχείο ή κάποιας άλλης μορφής κατάλυμα, το πρόγευμα, καθώς επίσης το τράνσφερ, δηλαδή τη μεταφορά των τουριστών από το σημείο άφιξης στο κατάλυμα και αντίστροφα στο σημείο αναχώρησης, μπορεί να εκφραστεί πραγματικά με τα πιο κάτω πέντε συστατικά στοιχεία: τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ. Όπως γίνεται αντιληπτό τα πέντε αυτά βασικά συστατικά στοιχεία του «τουριστικού πακέτου» συνθέτουν ουσιαστικά και την έννοια του παραγωγικού μέρους του τουρισμού.

Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω και κυρίως από τη συνοπτική ανάλυση των κύριων χαρακτηριστικών στοιχείων και της έννοιας του τουρισμού, πιστεύεται ότι έγινε δυνατή η σκιαγράφηση του περιεχόμενου του τουριστικού φαινομένου και ότι ρίχτηκε άπλετο φως σε όλες του τις πτυχές. Ένα φαινόμενο που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις εξελίσσεται ολοένα και περισσότερο και μάλιστα δυναμικά.

Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε έξι βασικές κατηγορίες εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Αμέσως πιο κάτω θα επιχειρηθεί να αναλυθούν αυτές συνοπτικά. Συγκεκριμένα αυτές είναι οι εξής:

1.1. Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται σαν η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμιά περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής. Ο συλλογικός-ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται και στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού, καθώς επίσης στη συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται. Το άτομο, δηλαδή ο τουρίστας, εντάσσεται ταυτιζόμενο ή μη ταυτιζόμενο σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουρ οπερέιτορς.

Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT, που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, όπως ήδη ειπώθηκε, τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ. Στο σύστημα αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η τουριστική ανάπτυξη ορισμένων περιοχών σε διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα στην Ισπανία, το Μαρόκο, την Τυνησία, την Ελλάδα, την Καραϊβική κλπ. Στο ίδιο σύστημα,

δηλαδή στο GIT, οι παράγοντες κόστος ταξιδιού και απόσταση μεταξύ χώρας προέλευσης και χώρας προορισμού των τουριστών, από τη μια πλευρά, και από την άλλη τα επίπεδα τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται από τη χώρα προορισμού των τουριστών, θεωρούνται βασικοί παράγοντες για τον καθορισμό της γραμμής σύνδεσης της έντασης και του όγκου των τουριστών που θα μετακινηθούν. Ακόμα έχει διαπιστωθεί ότι ένας τρίτος παράγοντας που αναφέρεται σε μια κατηγορία φυσικών πόρων, όπως είναι για παράδειγμα ο ήλιος, οι καθαρές ακτές, η πλούσια βλάστηση κλπ. αποτελεί τον κυριότερο, σε σύγκριση με άλλους τουριστικούς πόρους, όπως είναι για παράδειγμα οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μνημεία κλπ., πόλο έλξης των μαζικά μετακινούμενων τουριστών. Αυτό γίνεται ολοφάνερο στα δίκτυα τουριστικών ροών, όπου διαπιστώνεται ότι οι μεγάλης πολιτιστικής σημασίας πόλεις, όπως είναι για παράδειγμα η Αθήνα, η Ρώμη, η Μαδρίτη κλπ. έχουν πάψει να είναι για το μαζικό τουρισμό τόσο μεγάλοι πόλοι έλξης όσο είναι άλλοι προορισμοί και περιοχές όπως, η Κρήτη η Ρόδος, η Ίμπιζα, η Μαγιόρκα, οι δαλματικές ακτές, τα νορβηγικά φιόρντ κλπ.

1.2. Ατομικός τουρισμός

Ο ατομικός τουρισμός είναι η αντίθετη του μαζικού τουρισμού κατηγορία, που χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, πλην όμως όχι αποκλειστικά, με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχήλατα, τα θαλαμηγόσκαφη κλπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά τη διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες του τουριστικού του προορισμού. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός, οι δε παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της σε συνάρτηση με αυτό των άλλων κατηγοριών τουρισμού που προσφέρονται στην τουριστική αγορά, είναι: (1) η απόσταση που χωρίζει τη χώρα της μόνιμης διαμονής των τουριστών από τη χώρα του τουριστικού τους προορισμού, (2) ο βαθμός οικονομικής προσελασιμότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού, (3) το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσων στις χώρες τουριστικού προορισμού και (4) η προσφορά κατάλλη-

λων από ποσοτικής και ποιοτικής άποψης υπηρεσιών στις χώρες τουριστικού προορισμού, που διευκολύνουν τις περιηγήσεις τους και τις κάνουν πιο άνετες και πιο ευχάριστες.

Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται ολοένα και περισσότερο στο σύστημα ΠΤ, όπως και στην περίπτωση του συστήματος GIT προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, όπως ήδη ειπώθηκε, τον προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ. Η διαφορά μεταξύ των δυο αυτών συστημάτων βρίσκεται, βασικά, στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί να επισκεφτεί. Συγκεκριμένα με το σύστημα GIT ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του ομαδικά, ενώ με το σύστημα ΠΤ μεμονωμένα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα GIT ταξιδεύουν ταυτόχρονα σχεδόν αποκλειστικά και με το σύστημα ΠΤ, που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα, με ναυλωμένα, από τουρ οπερέτορς, αεροπλάνα. Αντίθετα, αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα ΠΤ, ταξιδεύουν ταυτόχρονα αποκλειστικά και μόνο με το σύστημα ΠΤΧ, που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα με αεροπλάνα που εκτελούν προγραμματισμένες πτήσεις. Συγκεκριμένα οι αεροπορικές εταιρίες διαθέτουν στους τουρ οπερέτορς, έναν ορισμένο μικρό αριθμό θέσεων στα αεροπλάνα αυτά, οι οποίοι με τη σειρά τους τις χρησιμοποιούν στα τουριστικά πακέτα υψηλής ποιοτικής στάθμης, που παράγουν. Τα πακέτα αυτά, δηλαδή τα ΠΤ/ΠΤΧ, περιλαμβάνουν εκτός άλλων και διαμονή σε καλύτερα ξενοδοχεία, γι' αυτό και προσφέρονται σε υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης τουρίστες, η δε τιμή διάθεσης τους στην τουριστική αγορά είναι, οπωσδήποτε, αρκετά ακριβότερη από εκείνη των άλλων πακέτων, δηλαδή των GIT/ΠΤ.

1.3. Εσωτερικός τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Αν και η

συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού κάθε άλλο παρά σαν συναλλαγματοφόρα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, παρ' όλα αυτά όμως παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσεται. Μια από αυτές είναι, οπωσδήποτε, και η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού είναι η ύπαρξη ορισμένων προϋποθέσεων. Και πρώτα απ' όλα θα πρέπει να δημιουργηθούν τα κατάλληλα και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτά στους ντόπιους τουρίστες μέσα φιλοξενίας, η ανυπαρξία ή και ανεπάρκεια των οποίων αποτελεί αν όχι τον κυριότερο τουλάχιστον έναν από τους κυριότερους ανασταλτικούς παράγοντες ανάπτυξης της κατηγορίας τουρισμού για την οποία ο λόγος, δηλαδή του εσωτερικού τουρισμού. Όπως είναι γνωστό, η τουριστική πολιτική ορισμένων αναπτυγμένων χωρών και του συνόλου των αναπτυσσομένων έχει σαν κύριο σκοπό την εξυπηρέτηση του εξωτερικού συναλλαγματοφόρου τουρισμού. Έτσι λοιπόν όλα τα κύρια, τουλάχιστον, μέσα φιλοξενίας, δηλαδή τα διάφορα τουριστικά καταλύματα που δημιουργήθηκαν ή δημιουργούνται είτε με κεφάλαια της ιδιωτικής πρωτοβουλίας είτε με κρατικά κεφάλαια, απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά στην ξένη τουριστική πελατεία που έχει τις οικονομικές δυνατότητες να «αγοράσει» τις υπηρεσίες που τις προσφέρουν αυτά και έτσι να ικανοποιήσει τις τουριστικές της ανάγκες ή επιθυμίες. Η μονόπλευρη αυτή παθογενής τουριστική υποδομή των τουριστικών οικονομιών των χωρών αυτών, είχε σαν συνέπεια να μη δημιουργηθούν ταυτόχρονα, όπως έγινε με άλλες χώρες που είναι τουριστικά αναπτυγμένες, συμπληρωματικά μέσα φιλοξενίας, δηλαδή συμπληρωματικά τουριστικά καλύμματα, που θα μπορούσαν βασικά να εξυπηρετήσουν τις στοιχειώδεις ανάγκες ή επιθυμίες του εσωτερικού τουρισμού ιδιαίτερα δε κατά την περίοδο των θερινών διακοπών που φυσιολογικά γίνονται πιεστικότερες παρά ποτέ. Άλλη βασική προϋπόθεση είναι τόσο η βελτίωση όσο και η ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλέστερες.

1.4. Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός τουρισμός ή διεθνής, όπως χαρακτηρίζεται και διαφορετικά, πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Κατά συνέπεια εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους.

Στην πρώτη περίπτωση, δηλαδή όταν μόνιμοι κάτοικοι μιας ξένης χώρας επισκέπτονται μια χώρα για τουριστικούς λόγους, τότε ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται σαν ενεργητικός, και αυτό γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος, για την οποία ενδιαφέρονται λίγο-πολύ όλες οι χώρες, κυρίως όμως εκείνες των οποίων οι οικονομίες βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Αντίθετα στη δεύτερη περίπτωση, δηλαδή όταν μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται σαν παθητικός και αυτό γιατί κύριο χαρακτηριστικό της είναι η εκροή πολύτιμου συναλλάγματος.

1.5. Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

1.6. Εποχιακός τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο

χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

2. Ο τουρισμός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και προόδου

Ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αναμφίβολα αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, που μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ευόδωση της προσπάθειας των λαών των αναπτυσσομένων χωρών να διακόψουν μια ώρα αρχύτερα το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τους μαστίζει, δημιουργώντας έτσι τη βασικότερη προϋπόθεση για περισσότερη ευημερία στο μέλλον και κυρίως για πιο ανθρώπινη ζωή. Παρ' όλα αυτά όμως θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο ρόλος του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο αποτέλεσε, σχεδόν πάντα, αντικείμενο αντιπαράθεσης απόψεων και ποικίλης κριτικής. Υποστηρίχθηκαν στο παρελθόν και εξακολουθούν σήμερα ακόμα να υποστηρίζονται διαφορετικές απόψεις σχετικά με τη συμβολή του στην προσπάθεια των αναπτυσσομένων χωρών να σπάσουν όσο πιο γρήγορα γίνεται το φράγμα της υποανάπτυξης, πλην όμως οι απόψεις αυτές δεν μεταβάλλονται ποτέ σε ακραίες θέσεις.

Οι «υπέρμαχοι» του τουρισμού υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, περιορίζει το άνοιγμα του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, ενισχύει οικονομικά την περιφέρεια, αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα όλων εκείνων που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες που ικανοποιούν άμεσα ή έμμεσα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων κλπ.

Αντίθετα οι «πολέμιοι» του τουρισμού υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός αποπροσανατολίζει την επενδυτική δραστηριότητα με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ευαισθητοποιεί επικίνδυνα την οικονομία εξαιτίας μιας υπέρμετρης έμφασης που δίνεται στην ανάπτυξη του, προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις στην οικονομία, χαλαρώνει τα ήθη, εξαφανίζει τα έθιμα, καταστρέφει το περιβάλλον κλπ.

Γεννιέται λοιπόν αυτόματα το ερώτημα: ποιοι από τους δυο έχουν δίκιο; Η απάντηση είναι απλή. Ούτε οι μεν, αλλά ούτε και οι δε. Στην πραγματικότητα η αλή-

θεια, θα μπορούσε να πει κανείς, βρίσκεται κάπου ενδιάμεσα. Όταν ο τουρισμός αναπτύσσεται μονόπλευρα, τότε οι μακροχρόνιες επιδράσεις του στην οικονομία μιας χώρας είναι οπωσδήποτε αρνητικές και ιδιαίτερα όταν αυτή βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης, επειδή αποδυναμώνει τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τη βιομηχανία και τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου, ενώ βαθμιαία μεταβάλλει την οικονομία της χώρας σε οικονομία υπηρεσιών. Αντίθετα, οι μακροχρόνιες επιδράσεις του, έστω και κάτω από συνθήκες μονόπλευρης ανάπτυξης του κλάδου, λύνει προσωρινά, τουλάχιστον, ορισμένα πιεστικά προβλήματα της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας, όπως είναι για παράδειγμα το άνοιγμα του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών και η έλλειψη των ευκαιριών απασχόλησης, έστω και εποχιακά. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο η ανάπτυξη του τουρισμού επιβάλλεται να προωθείται ταυτόχρονα με αυτήν των άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας, δηλαδή να είναι προγραμματισμένη, ισορροπη και αρμονική και κυρίως να χρησιμεύει σαν μέσο προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης, γενικά, όχι όμως κύριο αλλά μόνο βοηθητικό.

Εξαιτίας της μεγάλης συμβολής του τουρισμού στο σχηματισμό του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, στη μείωση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης έστω και εποχιακά και κυρίως στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, θα πρέπει παντού όπου υπάρχουν οι απαραίτητες προϋποθέσεις για να αναπτυχθεί να παίρνει θέση στα προγράμματα οικονομικής ανάπτυξης αμέσως μετά τη γεωργία και τη βιομηχανία, υποδηλώνοντας έτσι το ρόλο του σαν παράγοντας, που εκτός άλλων βοηθά ουσιαστικά τους βασικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία, στην κοινή προσπάθεια για την προώθηση και επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης και προόδου.

Επειδή ο τουρισμός από τη φύση του ανήκει στην κατηγορία των οικονομικών εκείνων δραστηριοτήτων που δύσκολα μπορούν να προγραμματιστούν μακροχρόνια, θα πρέπει οι δογματισμοί να θυσιάζονται στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται κάθε φορά όχι μόνο στον τουρισμό, αλλά και στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και να αναζητείται η χρυσή τομή εξισορρόπησης. Αυτή μπορεί εύκολα να βρεθεί αν επανεξεταστούν ορισμένα προωθητικά στοιχεία της τουριστικής ανάπτυξης και κυρίως αν συνεκτιμηθούν αυτά στο πλαίσιο της γενικής οικονομικο-

κοινωνικής ανάπτυξης, που επιδιώκεται από τις πολιτικές εξουσίες σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Τέτοια στοιχεία είναι για παράδειγμα η πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης, ο βαθμός επηρεασμού του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών από τα συναλλαγματικά έσοδα του τουρισμού, τα προβλήματα που δημιουργούνται στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, εξαιτίας των αυξανόμενων αναγκών απασχόλησης στον τουρισμό κλπ.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί, σύμφωνα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ότι ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αναμφισβήτητα μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα Οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, πλην όμως θα πρέπει να δίνεται εντελώς ιδιαίτερη προσοχή στη θέση που παίρνει αυτός ανάμεσα στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στο πλαίσιο της όλης προσπάθειας που καταβάλλει η πολιτική εξουσία μιας χώρας για να αναπτύξει την οικονομία της και να προοδεύσει.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι για να είναι θετική η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο μιας χώρας, θα πρέπει η ανάπτυξη του να είναι προγραμματισμένη και ελεγχόμενη. Γι' αυτό θα πρέπει μεταξύ άλλων να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο θέμα του προσδιορισμού των ορίων της τουριστικής ανάπτυξης του χώρου, με την έννοια ότι θα πρέπει να βρεθούν τα όρια ανοχής του, χωρίς να διαταράσσεται η ισορροπία των συστατικών του στοιχείων σε σχέση με τον άνθρωπο που ζει μόνιμα σε αυτόν. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το θέμα αυτό είναι από τα σοβαρότερα που δημιουργούνται στην πορεία της τουριστικής ανάπτυξης μιας χώρας, έχει δε απασχολήσει σοβαρά τους ειδικούς του τουρισμού, που βλέπουν τη λύση του στην κατασκευή ενός μοντέλου, το οποίο με την εισαγωγή ορισμένων ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων θα μπορεί να προσδιορίσει τα όρια της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο. Με αυτόν τον τρόπο πιστεύεται ότι θα αποφευχθούν οι συνέπειες που φυσιολογικά δημιουργούνται, όταν τα όρια της τουριστικής ανάπτυξης του χώρου ξεπεραστούν διαχρονικά. Μέχρι τότε όμως θα πρέπει κανείς να βασιστεί σε εμπειρίες του παρελθόντος όσο αρνητικές και αν ήταν αυτές και να προσπαθήσει να τις συνδέσει με τη δυναμικότητα φιλοξενίας, για να βρει κάποια σχέση που θα εκφράζεται με τον αριθμό των κλινών των τουριστικών καταλυμάτων και θα προσδιορίζει

με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια τα όρια αντοχής της τουριστικής ανάπτυξης του χώρου. Έτσι λοιπόν θα αποφευχθεί η δημιουργία προβλημάτων στο περιβάλλον του και κατ' επέκταση στους ανθρώπους που ζουν σε αυτόν και κυρίως σε αυτούς που ζουν μόνιμα.

3. Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού

Έκτος από τις άμεσες επιδράσεις τον τουρισμού στο χώρο, υπάρχουν και οι έμμεσες επιδράσεις που ασκεί αυτός. Οι τελευταίες, δηλαδή οι έμμεσες επιδράσεις που είναι γνωστές και σαν επιδράσεις τον πολλαπλασιαστή, ενεργοποιούνται από τη στιγμή που οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την αγορά τουριστικών προϊόντων σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο κυκλοφορούν και επανακυκλοφορούν στην οικονομία του. Οι άμεσες επιδράσεις του τουρισμού γίνονται ευκολότερα κατανοητές, επειδή είναι αποτέλεσμα των χρημάτων που ξοδεύουν οι τουρίστες σε τουριστικές και άλλες επιχειρήσεις για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες που ικανοποιούν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Έτσι λοιπόν τα χρήματα αυτά εξασφαλίζουν μεταξύ άλλων έσοδα και κέρδη στις επιχειρήσεις για τις οποίες ο λόγος και κατ' επέκταση πόρους διαβίωσης στους ιδιοκτήτες τους, καθώς επίσης στα στελέχη και το προσωπικό που απασχολούν.

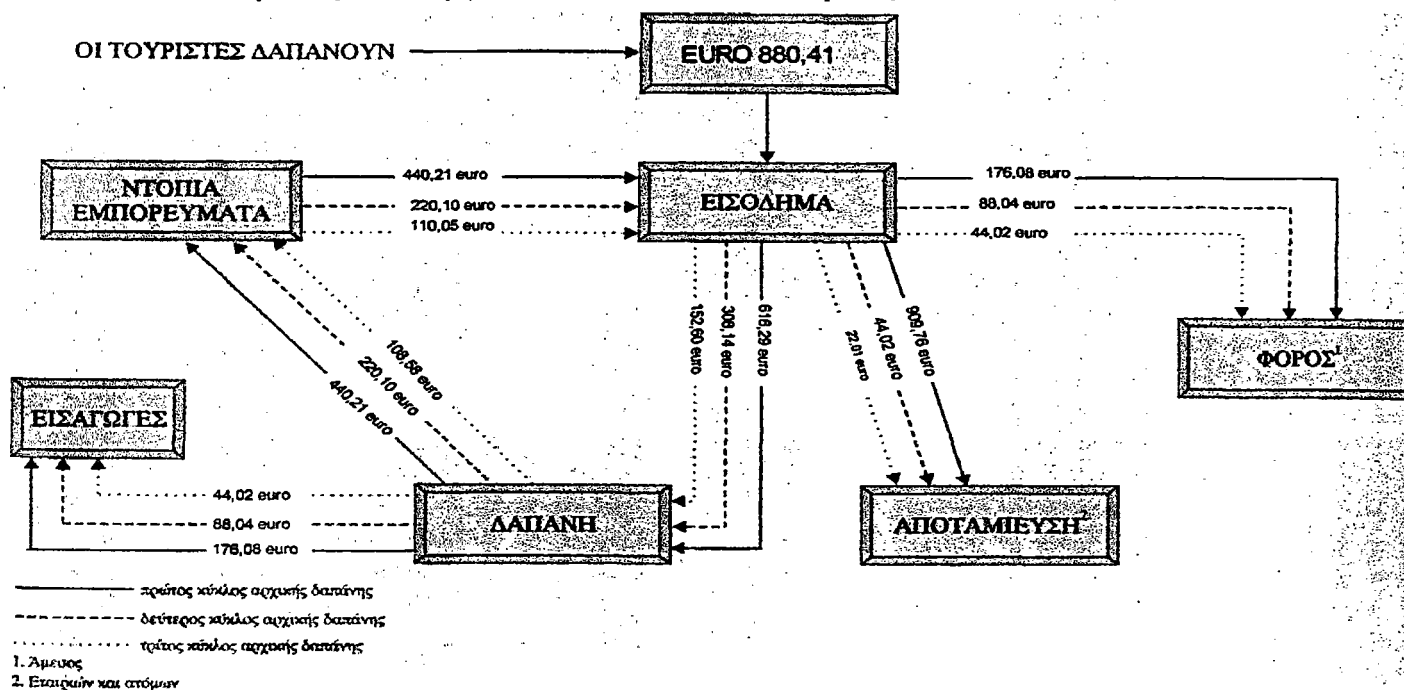
Τα χρήματα που ξοδεύει ένας τουρίστας σε έναν τουριστικό προορισμό δημιουργούν, όπως ήδη ειπώθηκε, εισόδημα, το οποίο με τη σειρά του οδηγεί σε μια αλυσίδα «δαπάνη-εισόδημα-δαπάνη» κλπ ώσπου οι διαρροές εισοδήματος που σημειώνονται κατά την κυκλοφορία και επανακυκλοφορία του, να «σπάσουν» τελικά την αλυσίδα αυτή. Κατά συνέπεια η επίδραση του αρχικού εισοδήματος, που προήλθε από τα χρήματα που ξόδεψε ένας τουρίστας σε έναν τουριστικό προορισμό για να αγοράσει αγαθά και υπηρεσίες που ικανοποιούν λίγο-πολύ τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες, είναι συνήθως μεγαλύτερη απ' ό,τι αρχικά φαίνεται. Τούτο οφείλεται, βασικά, στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις που ασκεί αυτό και που εκδηλώνονται με μια σειρά διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων που προκαλούν δαπάνες και δημιουργούν εισόδημα, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον

για να γίνει κάποια αποταμίευση. Οι δαπάνες αυτού του είδους χαρακτηρίζονται σαν διαρροές από το σύστημα ή από την οικονομία του τουριστικού προορισμού.

Ας δούμε όμως πόσο εισόδημα δημιουργήθηκε μέχρι τώρα.

Διάγραμμα 1

Ο τρόπος λειτουργίας του πολλαπλασιαστή τουριστικού εισοδήματος



Ας δούμε όμως πόσο εισόδημα δημιουργήθηκε μέχρι τώρα. Από το σχετικό διάγραμμα 1 που παραθέτεται μπορεί να δει κανείς ότι αυτό είναι 880,41 ευρώ + 440,21 ευρώ + 220,10 ευρώ Διαπιστώνεται λοιπόν ότι αναπτύσσεται μια αριθμητική πρόοδος και ότι αθροίζονται όλα τα ποσά ή χρησιμοποιώντας τον κατάλληλο μαθηματικό τύπο, το εισόδημα που δημιουργείται διαμορφώνεται τελικά στα 1.760,82 ευρώ. Αυτό υποδηλώνει ότι το ποσό των 880,41 ευρώ που διοχετεύτηκε αρχικά από την οικογένεια των τουριστών στην οικονομία του τόπου φιλοξενίας τους, πολλαπλασιάστηκε με ένα συντελεστή 2, για να παράγει εισόδημα της τάξης των 1.760,82 ευρώ. Με άλλα λόγια το εισόδημα διπλασιάστηκε.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι είναι δυνατό να προϋπολογιστεί η τιμή του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος, αν γνωρίζει κανείς την αναλογία των διαρροών στην οικονομία του τουριστικού προορισμού. Στο πιο πάνω

παράδειγμα ο όρος που αναλογούσε στο αρχικό εισόδημα ήταν της τάξης του 0,20, η αποταμίευση της τάξης του 0,10 του εισοδήματος και οι δαπάνες για εισαγωγές της τάξης του 0,20. Κατά συνέπεια οι συνολικές διαρροές από την οικονομία του τουριστικού προορισμού ήταν της τάξης 0,50 του αρχικού εισοδήματος, δηλαδή ακριβώς του μισού. Ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος μπορεί να βρεθεί χρησιμοποιώντας τον πιο κάτω απλουστευμένο τύπο:

$$\text{Πολλαπλασιαστής τουριστικού} = \frac{1}{\text{αναλογία διαρροών από οικονομία}}$$

Αν τώρα στο πιο πάνω παράδειγμα θελήσει κανείς να βρει τον πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος, δεν έχει παρά να διαιρέσει 1/0,50 και θα διαπιστώσει τότε ότι η τιμή του είναι 2.

Διαπιστώνεται λοιπόν ότι σε μια οικονομία ενός τουριστικού προορισμού με υψηλό ποσοστό διαρροών από το σύστημα, όπως για παράδειγμα υψηλούς συντελεστές φορολογίας ή υψηλά ποσοστά αποταμίευσης ή υψηλά επίπεδα εισαγωγών, ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος είναι μάλλον χαμηλός και ο τουρισμός δεν τονώνει την οικονομία του τουριστικού προορισμού πάρα πολύ. Από την άλλη μεριά πάλι, με μια χαμηλή αναλογία διαρροών από την οικονομία του τουριστικού προορισμού, ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος θα είναι υψηλός και ο τουρισμός μπορεί, χωρίς άλλο, να συνεισφέρει κατά πολύ περισσότερο εισόδημα από αυτό που ξοδεύτηκε αρχικά από τους τουρίστες για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Από μελέτες που έχουν γίνει σε μεμονωμένους τουριστικούς προορισμούς, αλλά και σε χώρες υποδοχής τουριστών, έχει διαπιστωθεί ότι η τιμή του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 1 και 2,5 περίπου, ορισμένες φορές όμως και περισσότερο.

Ο συγκερασμός των άμεσων και έμμεσων επιδράσεων ενός πρότυπου δαπάνης προσδιορίζει το μέγεθος της συνδυασμένης επίδρασης του. Σε μια εντελώς τυπική περίπτωση, το εισόδημα που διοχετεύεται στην οικονομία ενός τουριστικού προορισμού σε κάθε κύκλο δαπάνης που ακολουθεί την αρχική δαπάνη που πραγμα-

τοποιεί ένας τουρίστας για να αποκτήσει ορισμένα αγαθά και υπηρεσίες που ικανοποιούν τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες, δεν ξοδεύεται, όπως ήδη ειπώθηκε στο παράδειγμα που δόθηκε πιο πάνω, ολόκληρο. Συγκεκριμένα διαπιστώνεται ότι ένα ποσοστό του εισοδήματος, που υπήρξε προϊόν συναλλακτικής πράξης, τείνει να ξοδευτεί για την πληρωμή κάποιου φόρου, ένα άλλο ποσοστό τείνει να αποταμιευτεί και τέλος ένα άλλο ποσοστό τείνει να χρησιμοποιηθεί εκτός της οικονομίας του τόπου υποδοχής τουριστών για την εισαγωγή προϊόντων που δεν παράγει αυτή. Σε ό,τι όμως αφορά στο ποσοστό του εισοδήματος που ξοδεύεται στον τουριστικό προορισμό για προϊόντα που παράγει η οικονομία του, θα πρέπει να ειπωθεί ότι όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό αυτό τόσο μεγαλύτερος θα είναι τελικά ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος.

Ο βαθμός στον οποίο ένας τουριστικός προορισμός είναι σε θέση να συγκρατήσει το τουριστικό εισόδημα εξαρτάται από το αν και κατά πόσο είναι αυτάρκης η οικονομία του. Αν η οικονομία ενός τουριστικού προορισμού είναι ικανή να παράγει τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζουν οι τουρίστες για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, η επίδραση του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος θα είναι αναμφίβολα μεγάλη. Αντίθετα, αν δεν είναι αυτή ικανή για κάτι τέτοιο, τότε όσο περισσότερα είναι τα προϊόντα που εισάγει τόσο μικρότερη θα είναι η επίδραση του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος.

Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω γίνεται αντιληπτό ότι όταν ένας τουρίστας ξοδεύει χρήματα για να αγοράσει τουριστικά προϊόντα διοχετεύει χρηματικούς πόρους στην οικονομία του τόπου της προσωρινής διαμονής του, που με τη σειρά τους προκαλούν μια πολλαπλασιαστική επίδραση στο χρηματικό ποσό που αρχικά ξοδεύτηκε εκ μέρους του. Σε πρώτη φάση η επίδραση αυτή θεωρείται σαν πολλαπλασιαστής εισοδήματος, καθώς οι τουριστικές δαπάνες γίνονται άμεσα ή έμμεσα εισόδημα για τον πληθυσμό του τόπου φιλοξενίας τουριστών. Οποσδήποτε όμως υπάρχουν και επιπρόσθετα οικονομικά φαινόμενα. Οι αυξημένες δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες κάνουν λίγο-πολύ αναγκαία τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας και απολήγουν σε έναν πολλαπλασιαστή απασχόλησης.

Επειδή τα χρήματα που ξοδεύει ένας τουρίστας για την αγορά τουριστικών προϊόντων στον τόπο της προσωρινής διαμονής του αλλάζουν συνήθως χέρια

πολλές φορές κατά τη διάρκεια του έτους, υπάρχει χωρίς άλλο και ένας πολλαπλασιαστές συναλλακτικών πράξεων. Ο πολλαπλασιαστής αυτός έχει εντελώς ιδιαίτερο ενδιαφέρον, από φοροεισπρακτικής άποψης, για τις φορολογικές υπηρεσίες της τοπικής αυτοδιοίκησης και του κράτους. Καθώς οι συναλλακτικές πράξεις που πραγματοποιούν άμεσα ή έμμεσα οι τουρίστες με επιχειρήσεις τουριστικές και άλλες ή ακόμα και με μεμονωμένα άτομα σε έναν τουριστικό προορισμό αυξάνουν, αναπόφευκτα αυξάνουν και τα έργα τουριστικής υποδομής και ανώδομής που συμβάλλουν αποφασιστικά στην ποσοτική και ποιοτική βελτίωση του δυναμικού φιλοξενίας και γενικότερα των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται εκ μέρους του στους επισκέπτες του. Αυτό όμως απολήγει σε έναν πολλαπλασιαστή κεφαλαίου.

Συμπερασματικά θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις τον τουρισμού, που εκδηλώνονται, όπως ειπώθηκε πιο πάνω, με έναν αριθμό διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων προκαλούν τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά αποτελέσματα.

Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος σε τοπικό ή περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται αποκλειστικά και μόνο από τον αριθμό των διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων που ακολουθούν κάθε αρχική δαπάνη που πραγματοποιεί ένας τουρίστας σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Οι συναλλακτικές πράξεις μπορούν να είναι πολλαπλάσιες της αρχικής και να διαμορφώνουν στο διπλάσιο, τριπλάσιο κλπ. την αρχική δαπάνη που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Ο μεγάλος, εξάλλου, αριθμός των διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων που λαμβάνουν χώρα κάθε φορά που ένας τουρίστας ξοδεύει χρήματα σε έναν τουριστικό προορισμό, δίνουν τις ποιοτικές διαστάσεις του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Από την επιχείρηση μεταφορών, τον ξενοδόχο, τον ταξιδιωτικό / τουριστικό πράκτορα, τον ξεναγό, τον έμπορα, το βιομήχανο, το βιοτέχνη, τον αγρότη, το γιατρό, το δικηγόρο, τον αρχιτέκτονα, το μηχανικό, τον ηθοποιό, τον τραγουδιστή και άλλους που ενδεχόμενα δεν αναφέρθηκαν, μέχρι και το μικροπωλητή που πουλά τηνπραμάτεια του στους δρό-

μους του τουριστικού προορισμού, δέχονται όλοι λίγο-πολύ τις οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού, που για ορισμένους από αυτούς είναι μεγαλύτερες ενώ για άλλους πάλι μικρότερες.

Εκτός απ' όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω για τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού θα πρέπει να γίνει αναφορά, έστω και με δυο λόγια, και στις άλλες προεκτάσεις που έχουν αυτές στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο. Όπως ήδη ειπώθηκε, οι συναλλακτικές πράξεις στον τουρισμό αποφέρουν φορολογικά έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και το κράτος. Ένα μέρος από αυτά επιστρέφεται εκ μέρους της τοπικής αυτοδιοίκησης και του κράτους στους τουριστικούς προορισμούς τους οποίους εισπράχθηκαν με τη μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτούς.

4. Το οικονομικό και κοινωνικό κόστος του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, τμήμα του παραγωγικού μηχανισμού μιας οικονομίας και σαν τέτοιο θα πρέπει η αποδοτικότητα του να ερευνάται όχι μόνο με κριτήρια επίτευξης επιθυμητών στόχων σε βραχυχρόνιο ή μεσοχρόνιο ορίζοντα, μέσα στο στενό πλαίσιο τον κλάδου της τουριστικής οικονομίας, αλλά και με μακροχρόνιες προοπτικές ουσιαστικής συμβολής του στην επίτευξη των οικονομικών και κοινωνικών στόχων τον αναπτυξιακού προγράμματος μιας χώρας. Με αυτήν την έννοια, διάφορες απόψεις που έχουν υποστηριχτεί κατά καιρούς για την οικονομική σημασία του τουρισμού και ειδικότερα για τη θέση τους στις οικονομίες τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών, θα εξεταστούν κάτω από το πρίσμα της αναζήτησης του βαθμού αποδοτικότητας του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται από την ανάπτυξη της παραγωγικής του δραστηριότητας.

Σύμφωνα με μια άποψη, που υποστηρίζεται κυρίως από επιχειρηματικούς κύκλους του τουρισμού, το οικονομικό κόστος και τα οικονομικά ωφέληματα που προκύπτουν από την παραγωγική δραστηριότητα της τουριστικής οικονομίας, πρέπει να μετριούνται βραχυχρόνια με μια απλοποιημένη εμπειρική μέθοδο και συγκεκριμένα με βάση την καθαρή συναλλαγματική θέση που διαμορφώνει, κάθε χρόνο, το

τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών. Πρόκειται, όπως είναι γνωστό, για το ισοζύγιο στο ενεργητικό του οποίου καταχωρούνται οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό, δηλαδή τον ενεργητικό εξωτερικό τουρισμό, και στο παθητικό οι πληρωμές σε συνάλλαγμα για δαπάνες που πραγματοποιούνται και αφορούν τόσο στη δημιουργία τουριστικών επιχειρήσεων όσο και στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών προϊόντων. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι αν αφαιρεθούν από τις συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό οι δαπάνες που έγιναν για τη δημιουργία τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης για την παραγωγή και διάθεση τουριστικών προϊόντων στην τουριστική αγορά, το αποτέλεσμα μας δίνει τη συναλλαγματική θέση του τουρισμού, παρά το γεγονός ότι για να είναι περισσότερο ακριβής θα πρέπει απαραίτητα να επηρεαστεί κατά επιμερισμό και από τις συναλλαγματικές δαπάνες που πραγματοποιούνται για έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής, καθώς επίσης για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό τόσο εκ μέρους του δημόσιου όσο και εκ μέρους του ιδιωτικού τομέα. Με αυτές τις διαφοροποιήσεις κάθε άλλο παρά να υποστηριχτεί μπορεί ότι το τουριστικό συνάλλαγμα αντιπροσωπεύει και τη γενικότερη οικονομική θέση του τουρισμού.

Η αξιολόγηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού, που είναι συνοφασμένη με το κόστος και την αποδοτικότητα του κλάδου γενικότερα, θα πρέπει να γίνεται όχι μόνο από τη συναλλαγματική πλευρά, αλλά και από την ευρύτερη οικονομική πλευρά, διαφορετικά δεν μπορεί να θεωρηθεί σαν αντικειμενική. Έτσι λοιπόν μπορεί να γίνει αυτή θετικά με τη μέτρηση της αποδοτικότητας των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία, σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο, και αρνητικά με τον προσδιορισμό των δυσμενών επιδράσεων που προκαλούνται σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας εξαιτίας μιας υπερβολικής ή και μονόπλευρης ανάπτυξης του τουρισμού. Τις αρνητικές αυτές επιδράσεις επικαλούνται μάλιστα οι επιχειρηματικοί κύκλοι της μεταποιητικής δραστηριότητας για να θεμελιώσουν την αντίθετη άποψη που υποστηρίζουν, σύμφωνα με την οποία το κόστος του τουριστικού συναλλάγματος ισούται περίπου με τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν και τις θυσίες που έγιναν για την απόκτηση του. Αναμφίβολα η άποψη αυτή αγγίζει τα όρια της υπερβολής, γιατί ανεξάρτητα από το γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουρισμού προκαλεί σε ορισμένες μεμονωμένες περιπτώσεις αρνητικές

επιδράσεις, η συμβολή του κλάδου στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο κάθε άλλο παρά να υποτιμηθεί μπορεί και πολύ περισσότερο να παραγνωρισθεί. Ανεξάρτητα από αυτό όμως τόσο οι θετικές όσο και οι αρνητικές επιδράσεις του θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και της αποδοτικότητας των τουριστικών επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν, ώστε να αποφεύγεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων στην τουριστική οικονομία, κατ' επέκταση δε και οι αρνητικές τους επιδράσεις σε αυτήν. Αυτό μπορεί εύκολα να επιτευχθεί, αν η επιλογή των τουριστικών επενδύσεων γίνει με ορθολογιστικά κριτήρια και κυρίως αν προκαταβολικά διαπιστωθεί ότι αυτές πραγματικά προωθούν διαχρονικά την υπόθεση της ανάπτυξης του κλάδου του τουρισμού και γενικότερα της εθνικής οικονομίας. Χωρίς να έχουν γίνει σχετικές μετρήσεις για να διαπιστωθεί η αποδοτικότητα των τουριστικών επενδύσεων, αποδεικνύεται απολογιστικά ότι ορισμένες από αυτές ήταν αντιοικονομικές και γιατί κόστισαν περισσότερο από άλλες παραγωγικές επενδύσεις, αλλά και κυρίως γιατί τα αποτελέσματά τους υπήρξαν ανάξια λόγου, δηλαδή εντελώς ασήμαντα από οικονομικής άποψης. Όλα όσα αναπτύχθηκαν πιο πάνω μπορούν χωρίς άλλο να προσδιοριστούν ποσοτικά, που σημαίνει ότι είναι δυνατό να προσδιοριστεί εύκολα τόσο το κόστος όσο και το όφελος των τουριστικών επενδύσεων, δηλαδή η αποδοτικότητα τους.

Πέρα όμως από τα καθαρά οικονομικά κριτήρια, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ανάλυση του κόστους και της αποδοτικότητας των τουριστικών επενδύσεων που προγραμματίζονται στην τουριστική οικονομία και άλλα κριτήρια, ποιοτικής κυρίως υφής, που να ανταποκρίνονται περισσότερο στις σύγχρονες εξελίξεις και στη βαθύτερη έννοια της τουριστικής ανάπτυξης. Εδώ υπεισέρχονται οι κοινωνικοί παράγοντες και γενικότερα τα στοιχεία εκείνα που ασκούν επίδραση στην κοινωνική και βιολογική υπόσταση του ανθρώπου στο χώρο και επιβάλλουν κριτήρια ποιοτικά κοινωνικής απόκλισης.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες αντιλήψεις για την οικονομική ανάπτυξη, που ισχύουν και για την τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερη σημασία αποκτά η εναλλακτική χρήση του πόρου και αυτό για να αποφεύγεται η αντιοικονομική χρησιμοποίηση του, δηλαδή η σπατάλη του, να πετυχαίνεται η εξισορρόπηση των περιπτώσεων αυτών που ωφελούνται ή βλάπτονται από το έργο, να περιορίζονται οι εισοδηματικές αντι-

θέσεις τόσο κοινωνικά όσο και γεωγραφικά, να συνεκτιμάται το κόστος σε συνάρτηση με το χρόνο, τη ρύπανση του περιβάλλοντος, τη διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας κλπ. Ουσιαστικά αυτό σημαίνει ότι από εδώ και πέρα πρέπει να θεωρείται αναλυσκόμενος πόρος όχι μόνο οι παραγωγικοί συντελεστές δηλαδή η εργασία, το έδαφος, το κεφάλαιο ή ακόμα και η επιχειρηματικότητα, αλλά και ο χρόνος και οι μεταβολές των στοιχείων του περιβάλλοντος που, όπως είναι γνωστό, μπορούν πια να ποσοτικοποιηθούν, δηλαδή να αποκτήσουν αριθμητική έκφραση. Ειδικότερα στην περίπτωση του τουρισμού, όπου τα στοιχεία αυτά αποτελούν την πεμπτούσια του τουριστικού προϊόντος και τα οποία αναπαράγονται, η ανάλυση της σκοπιμότητας και κατ' επέκταση της αποδοτικότητας των τουριστικών επενδύσεων, που πραγματοποιούνται στους διάφορους υποκλάδους της τουριστικής οικονομίας, αποκτά εντελώς ιδιαίτερη σημασία και χρησιμότητα.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι κατά την κατάρτιση των προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης από τους αρμόδιους φορείς και ειδικότερα των διάφορων σχεδίων επενδύσεων, που αφορούν στην εκτέλεση συγκεκριμένων τουριστικών έργων, θα πρέπει απαραίτητα εκτός από οικονομικά κριτήρια να λαμβάνονται υπόψη και μη οικονομικά κριτήρια, όπως για παράδειγμα κοινωνικά, πολιτιστικά κλπ, ώστε με αυτόν τον συνδυασμό να πετυχαίνεται πάντα το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

5. Οι τάσεις του τουρισμού και προϋποθέσεις για να γίνει οικονομικά αποδοτικότερος

Ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του σύγχρονου τουρισμού είναι η μαζική μετακίνηση των ανθρώπων μέσα και έξω από τη χώρα στην οποία διαμένουν μόνιμα. Το γνώρισμα του αυτό αποτελεί χωρίς άλλο συνέπεια των τελευταίων εξελίξεων του τουριστικού φαινομένου, που συνδέονται με την απαρχή μιας λαϊκοποίησης του και παράλληλα μιας λίγο-πολύ έντονης εμπορευματοποίησης του. Ας σημειωθεί ότι η εμπορευματοποίηση του τουρισμού περνά ολοένα και περισσότερο κάτω από τον απόλυτο έλεγχο μεγάλων εθνικών και πολυεθνικών τουρ οπορέιτορς, οι οποίοι διαμορφώνουν τους κανόνες του παιχνιδιού στην τουριστική αγορά όπως αυτοί θέλουν ή μάλλον όπως τους συμφέρει καλύτερα. Η λαϊκοποίηση και ο εκδημοκρατισμός

τον τουρισμού υπήρξαν συνέπειες μιας θεαματικής στην κυριολεξία αύξησης της τουριστικής ζήτησης, που προκλήθηκε κατά κύριο λόγο από τους εργαζόμενους σαν έκφραση της βιολογικής τους ανάγκης για ξεκούραση και χαλάρωση από το καθημερινό άγχος που δημιουργεί η βιοπάλη και η μονοτονία της ρουτίνας. Έτσι λοιπόν διαμορφώθηκε ο μαζικός τουρισμός ή οργανωμένος ομαδικός τουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, που στην Ευρώπη, τουλάχιστον, αναπτύχθηκε με αρκετά γρήγορους ρυθμούς. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με έγκυρες εκτιμήσεις, οι τάσεις του μαζικού τουρισμού στην Ευρώπη διαμορφώνονται όπως πιο κάτω:

(α) Ο μαζικός ή ομαδικός τουρισμός απ' όλες σχεδόν τις ευρωπαϊκές χώρες αποτελεί ποσοστό που προς το παρόν τουλάχιστον κυμαίνεται γύρω στο 20-30% στο σύνολο των αναχωρήσεων που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό γενικά.

(β) Το υπόλοιπο ποσοστό που κυμαίνεται γύρω στο 70-80% στο σύνολο των αναχωρήσεων που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό, γενικά, είναι μεμονωμένοι τουρίστες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό και κατευθύνονται σε γειτονικές κατά το πλείστο χώρες.

(γ) Η σχέση αυτή τείνει τα τελευταία χρόνια βαθμιαία μεν αλλά σταθερά να μεταβάλλεται προς όφελος του μαζικού τουρισμού, οφείλεται δε βασικά στους εξής λόγους:

(1) Στη μείωση του αριθμού των ημερών συνεχών διακοπών και στην ταυτόχρονη αύξηση της συχνότητας πραγματοποίησης ολιγοήμερων διακοπών.

(2) Στα χαμηλά επίπεδα του κόστους αερομεταφοράς, παρά τις σημαντικές αυξήσεις των τιμών των υγρών καυσίμων από το 1973 και μετά, δηλαδή μετά την εκδήλωση της πρώτης ενεργειακής κρίσης.

(3) Στη σημαντική αύξηση των ναυλωμένων πτήσεων για να εξυπηρετηθεί όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται ο μαζικός τουρισμός.

(4) Στο έντονο ενδιαφέρον των τουρ οπερέιτορς για την αύξηση του μαζικού τουρισμού που τους αποφέρει μεγάλα κέρδη.

(5) Στην αναζήτηση από τους τουρ οπερέιτορς νέων τουριστικών προορισμών που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα κυρίως από οικονομική άποψη.

(6) Στην αύξηση της συμμετοχής των εργαζομένων, κατά κύριο λόγο, στο μαζικό τουρισμό, δηλαδή στον οργανωμένο ομαδικό τουρισμό, λόγω της ευνοϊκής

συναλλαγματικής ισοτιμίας των κυριότερων χωρών προέλευσης τουριστών σε σχέση με τα εθνικά νομίσματα των χωρών υποδοχής τουριστών.

(7) Στην τάση για αύξηση του μαζικού τουρισμού που μετακινείται με τουριστικά λεωφορεία λόγω της συγκριτικά χαμηλής οικονομικής επιβάρυνσης του τουριστικού πακέτου, αλλά παράλληλα και λόγω της ποιοτικής αναβάθμισης του μεταφορικού μέσου για το οποίο ο λόγος, του τουριστικού λεωφορείου ή πούλμαν όπως χαρακτηρίζεται διαφορετικά.

Εξάλλου, σχετικά με τις τάσεις του ατομικού τουρισμού στην Ευρώπη διαπιστώνονται τα εξής:

(α) Ο ατομικός τουρισμός, δηλαδή τα άτομα που ταξιδεύουν μεμονωμένα για τουριστικούς λόγους, αυξάνεται μεν, αλλά με ποσοστά μικρότερα από εκείνα του μαζικού τουρισμού.

(β) Παρ' όλο που οι προτιμήσεις των τουριστών για ανεξαρτητοποίηση του ατομικού τους προγράμματος διακοπών μεγαλώνει, όπως μεγαλώνει και η επιθυμία τους για πιο δημιουργικές διακοπές, εν τούτοις η πραγματοποίηση αυτής της κατηγορίας διακοπών είναι ιδιαίτερα δύσκολη για μακρινούς τουριστικούς προορισμούς, γι' αυτό και δεν έχει ακόμα αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό. Αυτό οφείλεται βασικά στο υψηλό κόστος που απαιτείται για την εκτέλεση ενός ατομικού προγράμματος διακοπών, πολύ περισσότερο δε όταν σε έναν τουριστικό προορισμό υπάρχει έλλειψη οργανωμένης υποδομής για την εξυπηρέτηση του μεμονωμένου τουρίστα, όπως για παράδειγμα στις τοπικές συγκοινωνίες (οδικές, σιδηροδρομικές κλπ.).

Σχετικά με τις αλλαγές στις προτιμήσεις του τουρίστα που ταξιδεύει μεμονωμένα, αυτές αποδίδονται στους πιο κάτω βασικούς λόγους:

(α) Στον κορεσμό του ενδιαφέροντος του για καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς και στην ανάγκη που αισθάνεται για αναζήτηση νέων.

(β) Στη μετατόπιση του ενδιαφέροντος του προς τις ήπιες μορφές τουρισμού.

(γ) Στην αναζήτηση δραστηριοτήτων αναψυχής και άλλων δυνατοτήτων ευχάριστης ενασχόλησης κατά τη διάρκεια των διακοπών, όπως είναι για παράδειγμα οι αθλητικές, πολιτιστικές, μουσικές, φολκλορικές, φεστιβαλικές και άλλες εκδηλώ-

σεις, οι γαστρονομικές απολαύσεις, οι δυνατότητες για ψώνια, για νυκτερινή ζωή κλπ.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν μέχρι τώρα μπορεί να ειπωθεί ότι στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μελλοντικά, σημαντικό ρόλο θα παίξει η βελτίωση των αερομεταφορών με τη δημιουργία μεγαλύτερων και ταχύτερων αεροπλάνων, με την κατασκευή περισσότερων αεροδρομίων και με τον εγκαινιασμό νέων αερογραμμών που θα συνδέσουν τις τουριστικές αγορές με νέους τουριστικούς προορισμούς.

Επίσης μπορεί να ειπωθεί ότι και για την ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού, σημαντικό ρόλο θα παίξει τόσο η βελτίωση όσο και η επέκταση των διάφορων μορφών τοπικών συγκοινωνιών στους τουριστικούς προορισμούς που, όπως είναι γνωστό, απαιτούν μια επίμονη, μακροχρόνια και οπωσδήποτε δαπανηρή προσπάθεια. Πέρα όμως από τα μέτρα αυτά, υπάρχουν και πολλά δευτερεύοντα μέτρα που πρέπει να παρθούν, τα οποία είναι άμεσης προτεραιότητας και καλύπτουν ευαίσθητα σημεία της τουριστικής ζήτησης. Αυτά μπορεί να είναι η αναβάθμιση της λειτουργίας των σταθμών υποδοχής των τουριστών, η βελτίωση του συστήματος πληροφόρησης τους, η απλούστευση των διαδικασιών εισόδου-εξόδου τους στις χώρες που επισκέπτονται και η βελτίωση της οδικής σήμανσης. Μικρά ίσως και επιμέρους μέτρα, που αποκτούν όμως ιδιαίτερο ειδικό βάρος στον ατομικό τουρισμό που φέρνει σε επαφή τον τουρίστα με ένα πλατύ φάσμα εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων της κοινωνικής ζωής της χώρας που επισκέπτεται για να ικανοποιήσει συγκεκριμένες τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες.

Σε ό,τι πάλι αφορά στο μαζικό τουρισμό, θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι παρά τον όγκο και τις ευεργετικές βραχυχρόνιες ή έστω μεσοχρόνιες επιδράσεις του στις τουριστικές οικονομίες και κατ' επέκταση στις οικονομίες των χωρών υποδοχής τουριστών, παρουσιάζει αυτός δυο σοβαρά μειονεκτήματα που πηγάζουν από την ίδια τη συστατική και οργανωτική του δομή και που είναι:

(α) Ο κατ' εξοχήν έντονος εποχιακός χαρακτήρας του, αφού ταυτίζεται σχεδόν με την περίοδο των θερινών διακοπών σε συνδυασμό με μικρότερη, συγκριτικά με άλλες μορφές τουρισμού, απόδοση του.

(β) Η άμεση εξάρτηση του από τους μεσάζοντες του διεθνούς τουρισμού, δηλαδή τους τουρ οπερέιτορς που, όπως είναι γνωστό, κατευθύνουν την τουριστική

ζήτηση εκεί όπου τα κέρδη τους μεγιστοποιούνται όσο το δυνατό περισσότερο. Κοιτολογία εκεί όπου τα οικονομικά τους συμφέροντα εξυπηρετούνται καλύτερα.

Τα μειονεκτήματα όμως αυτά του μαζικού τουρισμού δεν μπορούν παρά να προβληματίσουν αργά ή γρήγορα τόσο τις πολιτικές εξουσίες των χωρών υποδοχής των μαζικά μετακινούμενων τουριστών όσο και τους λοιπούς παράγοντες της τουριστικής τους οικονομίας, ιδιαίτερα δε αυτούς της τουριστικής προσφοράς. Έτσι λοιπόν άρχισαν να αναζητούν νέες δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που να είναι αποδοτικότερες από οικονομικής άποψης, λιγότερο συνδεδεμένες με την περίοδο θερινών διακοπών, μα πάνω απ' όλα λιγότερο εξαρτημένες από τους τουρ οπερέιτορς. Τέτοιου είδους εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι για παράδειγμα ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο τουρισμός κινήτρων κλπ.

Για να προωθηθούν όμως οι νέες αυτές δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, θα πρέπει πρώτα απ' όλα να δημιουργηθούν οι απαραίτητες γι' αυτόν το σκοπό προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα θα πρέπει να δημιουργηθούν τα απαραίτητα, για κάθε μια από αυτές τις δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, έργα υποδομής και ανωδομής, να παρθούν τα αναγκαία οργανωτικά μέτρα και τέλος να καταρτιστούν και εφαρμοστούν ειδικά προγράμματα τόσο για την προβολή των νέων αυτών δυναμικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού όσο και για την προσέλκυση τουριστών. Ένας τέτοιος προσανατολισμός της τουριστικής πολιτικής των χωρών υποδοχής των μαζικά μετακινούμενων τουριστών σε σύγχρονες και δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δεν μπορεί παρά να κάνει βαθμιαία οικονομικά αποδοτικότερο τον τουρισμό τους και παράλληλα λιγότερο εξαρτημένο από τους τουρ οπερέιτορς που, όπως ήδη ειπώθηκε, διαμορφώνουν όπως αυτοί θέλουν τους κανόνες του παιχνιδιού στην τουριστική αγορά, έτσι ώστε να εξυπηρετούνται κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα οικονομικά τους συμφέροντα.

6. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Για τον επαναπροσδιορισμό της τουριστικής πολιτικής πολλών χωρών, που επιβάλλεται να γίνει ώστε να μπορέσουν να ξεπεραστούν σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές τους οικονομίες, οι πολιτικές τους εξουσίες αποφασίζουν να αναπτύξουν ορισμένες δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σύμ-

φωνα με τις εκτιμήσεις τους θα δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδα των τουριστικών τους οικονομιών, ενδεχόμενα δε και οριστικές λύσεις σε χρόνια προβλήματα που αυτές αντιμετωπίζουν. Οι περισσότερο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού, που κάθε άλλο παρά λίγες είναι. Οι πιο διαδεδομένες μορφές είναι οι εξής:

- Γενικός τουρισμός
- Μορφωτικός τουρισμός
- Τουρισμός εκθέσεων
- Τουρισμός υγείας
- Τουρισμός άθλησης
- Τουρισμός πόλης
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Οικογενειακός τουρισμός
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- Τουρισμός χειμερινών σπόρ
- Τουρισμός παραχείμανσης
- Ορεινός τουρισμός
- Αγροτικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Χρονομεριστικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Επιλεκτικός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων
- Οικολογικός τουρισμός
- Λαϊκός τουρισμός
- Κοσμοπολίτικος τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός
- Τουρισμός αναπήρων

7. Η αύξηση του διεθνούς τουρισμού. Προβλήματα στις χώρες υποδοχής

Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις, οι ανακατατάξεις που γίνονται σήμερα στις βιομηχανικές και μεταβιομηχανικές κοινωνίες οδηγούν με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι ο αριθμός των ανθρώπων που θα κάνουν τουρισμό θα αυξάνεται μελλοντικά ολοένα και περισσότερο όχι μόνο λόγω περισσότερου ελεύθερου χρόνου, αλλά και λόγω σημαντικής βελτίωσης των οικονομικών τους. Γεννιέται όμως λογικά το ερώτημα: κατά πόσο οι χώρες υποδοχής τουριστών είναι προετοιμασμένες να δεχτούν τον αυξανόμενο όγκο του διεθνούς τουριστικού ρεύματος; Με άλλα λόγια κατά πόσο αυτές διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή και ποια μέτρα έχουν πάρει για να μπορέσουν να εξυπηρετήσουν με αποτελεσματικότητα και συνέπεια την αυξανόμενη τουριστική κίνηση του μέλλοντος;

Για να μπορέσουν οι χώρες υποδοχής τουριστών να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των διογκούμενων ρευμάτων του διεθνούς τουρισμού, θα πρέπει να αντιμετωπίσουν κατεπειγόντως ορισμένα βασικά προβλήματα, τα σημαντικότερα από τα οποία είναι επτά και αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

7.1. Της προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος

Ένα από τα πιεστικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι χώρες υποδοχής τουριστών είναι εκείνο της προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού τους περιβάλλοντος. Παρά το γεγονός ότι το πρόβλημα αυτό είναι γενικό, παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονο στον τουρισμό και αυτό γιατί τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία κάθε τουριστικού προορισμού αποτελούν τα στοιχεία έλξης τουριστών και ταυτόχρονα τα μέσα με τα οποία αυτοί θα προσπαθήσουν, στο μέτρο του εφικτού να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Το περιβάλλον αυτό που εμφανίζεται είτε με τη μορφή φυσικών δεδομένων, όπως είναι για παράδειγμα παραλίες, θάλασσες, χλωρίδα, πανίδα κλπ. είτε με τη μορφή πολιτιστικών δεδομένων, όπως είναι για παράδειγμα αρχαιολογικοί χώροι, αρχιτεκτονικός ρυθμός, λαϊκή τέχνη, τοπικό χρώμα κλπ., πρέπει οπωσδήποτε να διατηρηθεί, αξιοποιηθεί μα πάνω απ' όλα να συντηρηθεί για να μην καταστραφεί από το χρόνο και κυρίως από παράλογες ενέργειες των ανθρώπων που συχνά αγγίζουν τα όρια του εγκλήματος. Αναμφίβολα η μόλυνση της ατμόσφαιρας, η ρύπανση της θάλασσας και των ακτών, η αποψίλωση

του πράσινου, η αλλοίωση του τοπίου με οποιοδήποτε πρόσχημα, η καταστροφή της πανίδας, η εξαφάνιση παραδοσιακών στοιχείων που συνθέτουν την αισθητική του τόπου χάρη ενός στείρου μοντερνισμού, αποτελούν ανησυχητικά φαινόμενα τα οποία πρέπει να προβληματίσουν τους αρμόδιους παράγοντες τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Κυρίως όμως πρέπει να παρθούν δραστικά μέτρα για την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, που θα συμβάλουν αποφασιστικά στη διατήρηση του, αλλά ταυτόχρονα και στην αξιοποίηση του χάρη του ανθρώπου, ανεξάρτητα από το αν αυτός έχει την ιδιότητα του τουρίστα ή του μόνιμου κατοίκου μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Σε αυτό θα βοηθήσει οπωσδήποτε και η συνειδητοποίηση από την πλευρά των ανθρώπων ότι η προστασία του περιβάλλοντος, στο οποίο ζουν σε μόνιμη ή προσωρινή βάση, συμβάλλει αποφασιστικά στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους και κατ' επέκταση στη βιολογική τους εξισορρόπηση.

7.2. Της ποιοτικής βελτίωσης της τουριστικής πελατείας

Ένα εξίσου πιεστικό πρόβλημα είναι και εκείνο της ποιοτικής βελτίωσης της τουριστικής πελατείας, η αποτελεσματική αντιμετώπιση του οποίου εξαρτάται αποκλειστικά και μόνο από το αν και κατά πόσο η χώρα υποδοχής τουριστών έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει τον επιλεκτικό τουρισμό, δηλαδή τον τουρισμό που απευθύνεται σε υψηλής εισοδηματικής στάθμης τουρίστες, οι οποίοι κατά κανόνα είναι και πολύ απαιτητικοί. Όπως ο σημερινός τουρίστας, έτσι και ο τουρίστας του μέλλοντος θα μετακινείται κυρίως ομαδικά μέσω των τουρ οπερέιτορς. Αυτό σημαίνει ότι οι τελευταίοι θα παίξουν και στο μέλλον αποφασιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της πελατείας την οποία θα μετακινούν για τουριστικούς λόγους. Έτσι λοιπόν για να μπορούν να πουλήσουν τα διάφορα τουριστικά πακέτα πρέπει οπωσδήποτε να διαθέτουν όλη την ποιοτική κλίμακα των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρουν οι χώρες υποδοχής τουριστών, τις οποίες έχουν επιλέξει με καθαρά κερδοσκοπικά κριτήρια για να κατευθύνουν την πελατεία τους. Ανεξάρτητα όμως από όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, θα πρέπει να επωθεί ότι η προσέλκυση υψηλής εισοδηματικής στάθμης τουριστών κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση είναι, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η χώρα υποδοχής τουριστών στερείται της απαραίτητης ανωδομής, όπως είναι για παράδειγμα ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων, άριστα εκπαιδευμένους ξενοδοχοϋπάλληλους και

υπάλληλους άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, μεγάλη ποικιλία ψυχαγωγικών μέσων, δυνατότητα για την πραγματοποίηση αγορών από εμπορικά καταστήματα κλπ.

7.3. Της δημιουργίας νέων τύπων τουριστικών καταλυμάτων

Με τις νέες συνθήκες που θα διαμορφωθούν μελλοντικά στον τουρισμό, σε ό,τι αφορά στη σύνθεση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος, είναι προκαταβολικά βέβαιο ότι θα τεθεί θέμα σχετικά με τη μορφή των τουριστικών καταλυμάτων. Γι' αυτό και οι χώρες υποδοχής τουριστών θα πρέπει να αποφασίσουν το ταχύτερο δυνατό ποια πολιτική θα ακολουθήσουν πάνω στο θέμα της μορφής γενικά των τουριστικών καταλυμάτων του μέλλοντος. Συγκεκριμένα θα πρέπει οι χώρες υποδοχής τουριστών να αποφασίσουν αν θα ακολουθήσουν και στο μέλλον τον τύπο του παραδοσιακού-κλασικού ξενοδοχείου ή θα στραφούν προς τα μεγάλα σύνθετης μορφής ξενοδοχειακά συγκροτήματα, που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις που υπάρχουν ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες ή επιθυμίες όχι μόνο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, αλλά και του επλεκτικού τουρισμού μέχρι ένα σημείο. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι τα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα εμφανίζουν ορισμένα πλεονεκτήματα σε ό,τι αφορά στη διαχείρισή τους, αλλά κυρίως στη μαζική παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας εκ μέρους τους. Παρ' όλα αυτά όμως δεν θα πρέπει να διαφεύγει της προσοχής των αρμόδιων για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής φορέων, στο συγκεκριμένο θέμα, ότι με την κατασκευή μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακών μονάδων υπάρχει κίνδυνος ο τουρίστας να αισθανθεί έντονα την καταπίεση της προσωπικότητας του μέσα στην πολυπληθή πελατεία τους και κάτω από τον αυτοματισμό της οργανωμένης διαβίωσης του μαζικά μετακινούμενου τουρισμού. Γι' αυτό θα πρέπει να δοθεί εντελώς ιδιαίτερη προσοχή εκ μέρους των αρμόδιων για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής φορέων στις χώρες υποδοχής τουριστών, ώστε τα τουριστικά καταλύματα του μέλλοντος να είναι τέτοια τόσο από άποψης μεγέθους όσο και από άποψης αισθητικής, ώστε να ανταποκρίνονται στις επιταγές των καιρών και κυρίως να μην δημιουργούν ψυχολογικά και άλλα προβλήματα στη διαβίωση του τουρίστα του μέλλοντος κατά τη διάρκεια της προσωρινής διαμονής του στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται.

7.4. Της βελτίωσης των συγκοινωνιών γενικά και του εκσυγχρονισμού των αεροδρομίων

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που απασχολεί τις χώρες υποδοχής τουριστών είναι εκείνο που αφορά στις συγκοινωνίες. Όπως είναι γνωστό, ολοένα και περισσότεροι τουρίστες χρησιμοποιούν σαν μεταφορικό μέσο στις τουριστικές τους μετακινήσεις το αεροπλάνο και αυτό κυρίως λόγω της ταχύτητας αλλά και της άνεσης με την οποία πραγματοποιούνται αυτές. Η τάση αυτή στη μετακίνηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος είχε σαν συνέπεια να δημιουργηθούν σοβαρά προβλήματα στις χώρες υποδοχής τουριστών, επειδή τα περισσότερα αεροδρόμια τους κρίθηκαν ανεπαρκή για να δεχτούν και να εξυπηρετήσουν τα σύγχρονα επιτεύγματα της αεροναυπηγικής, που αναμφίβολα προκάλεσαν επανάσταση στις αερομεταφορές και κατ' επέκταση στη μετακίνηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος. Επειδή όμως η εξέλιξη τόσο στις αερομεταφορές όσο και στα άλλα συγκοινωνιακά μέσα θα συνεχιστεί και στο μέλλον, με αποτέλεσμα τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν λίγο-πολύ σήμερα οι χώρες υποδοχής τουριστών, αναφορικά με την καταλληλότητα των αεροδρομίων τους, καθώς επίσης του οδικού και σιδηροδρομικού τους δικτύου, να οξυνθούν και να γίνουν πιεστικότερα, θα πρέπει οι πολιτικές τους εξουσίες να επέμβουν το ταχύτερο δυνατό και να δώσουν λύσεις σε αυτά. Λύσεις όμως που κάθε άλλο παρά βραχυχρόνιες μπορούν να είναι.

7.5. Της απρόσκοπτης τροφοδοσίας των τουριστών

Παρά το γεγονός ότι το πρόβλημα της τροφοδοσίας των τουριστών φαίνεται από πρώτη όψη να είναι απλό, εντούτοις μπορεί να είναι από τα σοβαρότερα, ιδιαίτερα δε στην περίοδο της αιχμής της τουριστικής κίνησης. Το πρόβλημα της τροφοδοσίας των τουριστών γίνεται ακόμα οξύτερο, όταν ο αριθμός τους στις χώρες υποδοχής τουριστών ξεπερνά αυτόν του μόνιμου πληθυσμού τους. Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι ανάγκη η τροφοδοσία των τουριστών να οργανωθεί σε διαφορετική βάση ώστε να αντιμετωπιστεί με επιτυχία η αυξημένη ζήτηση για είδη διατροφής που κάθε άλλο παρά συνηθισμένη είναι, τόσο από πλευράς ποιότητας όσο και από πλευράς ποικιλίας. Για να λυθεί όμως οριστικά το πρόβλημα αυτό, που σίγουρα αποτελεί

ανασταλτικό παράγοντα της τουριστικής ανάπτυξης και προόδου, θα πρέπει να συνεργαστούν στενά προς αυτήν την κατεύθυνση ο δημόσιος τομέας με τον ιδιωτικό.

Μόνο έτσι θα εξασφαλιστεί έγκαιρα ο εφοδιασμός των αγορών των χωρών υποδοχής τουριστών με τα είδη διατροφής που χρειάζονται, ώστε ακόμα και σε περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης η τροφοδοσία των τουριστών να γίνεται απρόσκοπτα.

7.6. Της αναβάθμισης των τουριστικών και άλλων υπηρεσιών

Οι τάσεις που διαγράφονται αναφορικά με τη μελλοντική αύξηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος και την ποιοτική βελτίωση της τουριστικής πελατείας, λόγω αύξησης του κατά κεφαλήν εισοδήματος τους και κατ' επέκταση του βιοτικού τους επιπέδου, κάνουν επιτακτικότερη παρά ποτέ την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών στις χώρες υποδοχής τουριστών. Παράλληλα όμως θα πρέπει να αναβαθμιστούν και οι άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες στις χώρες για τις οποίες ο λόγος, όπως για παράδειγμα οι τραπεζικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες επικοινωνιών και άλλες. Ας σημειωθεί ότι η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης μεταξύ του πληθυσμού των χωρών υποδοχής τουριστών είναι ένα από τα βασικότερα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Η επίλυση του αναμφίβολα θα συμβάλει αποφασιστικά στην αναβάθμιση τόσο των τουριστικών υπηρεσιών όσο και όλων των άλλων που δεν είναι τουριστικές, πλην όμως οι τουρίστες κάνουν ευρύτατα χρήση τους.

7.7. Της ποσοτικής και ποιοτικής βελτίωσης των μέσων ψυχαγωγίας τουριστών

Το πρόβλημα της ψυχαγωγίας των τουριστών είναι αναμφίβολα ένα από τα πιεστικότερα που θα πρέπει να αντιμετωπίσουν στο άμεσο μέλλον οι χώρες υποδοχής τουριστών και αυτό γιατί σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις τα μέσα που υπάρχουν σήμερα δεν θα μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις ψυχαγωγικές ανάγκες ή επιθυμίες του αυξανόμενου όγκου του διεθνούς τουριστικού ρεύματος. Γι' αυτό θα χρειαστεί κατεπείγοντος να αναζητηθούν νέα και ταυτόχρονα υψηλής στάθμης ψυχαγωγικά μέσα που να ικανοποιούν όσο το δυνατό περισσότερες ψυχαγωγικές ανάγκες ή επιθυμίες του τουρίστα του μέλλοντος. Στην προσπάθεια αυτή η συμβολή της ιδιωτικής

πρωτοβουλίας σίγουρα θα είναι σημαντική. Εξίσου όμως σημαντική θα είναι και η συμβολή του δημόσιου τομέα και συγκεκριμένα στις περιπτώσεις εκείνες που η ιδιωτική πρωτοβουλία είτε αδυνατεί να επενδύσει κεφάλαια σε κάποια ψυχαγωγικά μέσα είτε για οποιοδήποτε λόγο δεν είναι διατεθειμένη να το κάνει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^οΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΩΦΕΛΗΜΑΤΑ
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**1. Η εξασφάλιση συναλλαγματικών εσόδων για τον περιορισμό του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών**

Η συμβολή του τουρισμού στην εξασφάλιση των οικονομιών των χωρών ή περιοχών που αναπτύσσεται με συναλλαγματικά έσοδα έχει ήδη τύχει γενικής αναγνώρισης. Όπως είναι γνωστό, οι περισσότερες χώρες σήμερα αντιμετωπίζουν προβλήματα εξαιτίας του ελλείμματος του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών τους. Είναι πολύ φυσικό λοιπόν στις χώρες αυτές οι πολιτικές τους εξουσίες να δημιουργούν κίνητρα στους κλάδους εκείνους της οικονομικής τους δραστηριότητας που συμβάλλουν στην εισροή σκληρών ξένων νομισμάτων, που τόση ανάγκη τα έχουν για να καλύψουν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τους.

Παρά το γεγονός ότι συχνά γίνεται λόγος για τη συμβολή του τουρισμού στον περιορισμό του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, μέχρι σήμερα λίγες έρευνες έχουν γίνει, προκειμένου να εξεταστούν οι θεωρητικές σχέσεις μεταξύ τουρισμού και ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, ώστε να διατυπωθούν οι τρόποι με τους οποίους οι επιδράσεις του τουρισμού γίνονται αισθητές και καταγράφονται στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών των διάφορων χωρών. Οι παλιότερες ερευνητικές μελέτες αναφερόντουσαν στο μέγεθος των συναλλαγματικών εσόδων από

τον ενεργητικό εξωτερικό τουρισμό ή ενεργητικό διεθνή, όπως χαρακτηρίζεται και διαφορετικά, και το αυξανόμενο ποσοστό τους στη συνολική αξία των παγκόσμιων εξαγωγών και μόνο συνοπτική αναφορά γινόταν για τις θετικές επιδράσεις των τουριστικών δαπανών στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών. Εντούτοις, περισσότερο πρόσφατες μελέτες υπήρξαν πιο επικριτικές στην εξέταση θεμάτων αναφορικά με τις επιδράσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, καθώς επίσης πιο διεισδυτικές σε ό,τι αφορά στις αναλύσεις τους και στις αξιολογήσεις των διαθέσιμων στοιχείων τους.

Οι επιδράσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών μπορούν να διακριθούν σε αυτές που προκαλούνται σε μια χώρα υποδοχής τουριστών από τους μόνιμους κατοίκους της, καθώς επίσης από τους ξένους επισκέπτες της και σε αυτές που προκαλούνται από το διεθνή παθητικό τουρισμό, δηλαδή από τις τουριστικές δραστηριότητες μόνιμων κατοίκων μιας χώρας υποδοχής τουριστών που όμως πραγματοποιούνται εκτός της επικράτειας της, δηλαδή εκτός της χώρας στην οποία κατοικούν μόνιμα. Η διάκριση αυτή κρίνεται σημαντική γιατί βοηθά στο να γνωρίζει κανείς τις τουριστικές δραστηριότητες ξένων υπηκόων που επισκέπτονται μια χώρα, ώστε να εκτίμησει το ρόλο που διαδραματίζουν τα συναλλαγματικά κέρδη στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, θα πρέπει, όμως, στο σημείο αυτό να παρατηρηθεί ότι σε μερικές χώρες τα συναλλαγματικά έσοδα από τον τουρισμό ενδέχεται να είναι πολύ χαμηλά ενώ ο εσωτερικός τουρισμός αιτία εξάντλησης των συναλλαγματικών εσόδων του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών. Συγκεκριμένα ενδέχεται το κόστος που συνεπάγεται η εξυπηρέτηση των ξένων και ντόπιων τουριστών να είναι τόσο ψηλό και ο αριθμός των ξένων και ντόπιων τουριστών τόσο μεγάλος, ώστε τα συναλλαγματικά έσοδα που απορρέουν από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι ξένοι τουρίστες στην χώρα υποδοχής τους να αδυνατούν να το αντισταθμίσουν.

Οι επιδράσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών μπορούν να διακριθούν σε τρεις κατηγορίες και συγκεκριμένα σε πρωτογενείς, δευτερογενείς και τριτογενείς. Οι πρώτες από αυτές είναι άμεσες, μπορούν δε να μετρηθούν αμέσως και σχετικά εύκολα. Αντίθετα οι δευτερογενείς επιδράσεις, επειδή είναι περισσότερο σύνθετες και περισσότερο δύσκολο να μετρηθούν, έχουν παραλειφθεί από τις εκτιμήσεις των περισσότερων ισοζυγίων τρεχουσών συναλλαγών. Στο σημείο αυτό

θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι δευτερογενείς επιδράσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, είναι αυτές των πρωτογενών τουριστικών δαπανών καθώς αυτές διεισδύουν στην οικονομία. Γι' αυτό και δεν χρειάζεται η αρχική τουριστική δαπάνη να έχει πραγματοποιηθεί σε μια άλλη χώρα.

Οι δευτερογενείς επιδράσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών μπορεί να εμφανίζονται με τρεις διαφορετικές μορφές και συγκεκριμένα τις εξής:

(α) *Άμεσες δευτερογενείς επιδράσεις*: σε αυτές περιλαμβάνονται δαπάνες που γίνονται για τουριστική διαφήμιση στο εξωτερικό, προμήθειες σε ταξιδιωτικούς-τουριστικούς πράκτορες, εκροές υπό μορφή τόκων και μερισμάτων για πληρωμές σε δικαιούχους ξένους επενδυτές κλπ, καθώς επίσης εισαγωγές που γίνονται από διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις, προκειμένου να ικανοποιήσουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ξένων τουριστών, όπου τα χρήματα που συνεπάγεται η πραγματοποίησή τους εκρέουν σε ξένους προμηθευτές.

(β) *Έμμεσες δευτερογενείς επιδράσεις*: σε αυτές περιλαμβάνονται τα κέρδη που πραγματοποιούνται από τις τουριστικές επιχειρήσεις για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών και τα οποία στη συνέχεια περνούν σε άλλους προμηθευτές αγαθών και υπηρεσιών. Σε περίπτωση που η παραγωγή των παρεχομένων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εξαρτάται από εισαγόμενα αγαθά ή και υπηρεσίες, τότε μια εκροή συναλλάγματος από τη χώρα υποδοχής τουριστών είναι αναπόφευκτη.

(γ) *Επαγωγικές δευτερογενείς επιδράσεις*: σε αυτές περιλαμβάνονται δαπάνες που γίνονται για την πληρωμή παραγωγών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών και τους υπάλληλους που απασχολούν, υπό μορφή ημερομισθίων, μισθών και ενουκίων. Η αναλογία του εργατικού δυναμικού που είναι ξένης προέλευσης, θα καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την αναλογία των πληρωμών αυτών που εμβάζονται στο εξωτερικό σε συνάλλαγμα.

Οι εισροές συναλλάγματος που αποτελούν προϊόν της παροχής υπηρεσιών σε ξένους τουρίστες για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους δεν συνιστούν πρωτογενείς ή δευτερογενείς επιδράσεις. Εισροές συναλλάγματος που δεν προκλήθηκαν από άμεσες τουριστικές δαπάνες χαρακτηρίζονται σαν τριτογενείς επιδράσεις, περιλαμβάνουν δε εισαγόμενα προϊόντα, όπως για παράδειγμα είδη ρου-

χισμού και αποσκευές ταξιδιού, που αγοράστηκαν από μόνιμους κατοίκους μιας χώρας στο πλαίσιο της προετοιμασίας τους για να ταξιδέψουν σε κάποιο επιθυμητό τουριστικό προορισμό, καθώς επίσης επενδυτικές ευκαιρίες που δημιουργήθηκαν από την ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας. Εξάλλου η ύπαρξη τουριστικής δραστηριότητας μπορεί να παρακινήσει επιχειρήσεις που βρίσκονται σε χώρες υποδοχής τουριστών να εξάγουν προϊόντα τους σε διάφορες χώρες και κυρίως σε αυτές από τις οποίες προέρχονται οι τουρίστες που τις επισκέπτονται.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι επιδράσεις σε δευτερογενή και τριτογενή επίπεδα δεν καταγράφονται χωριστά επειδή είναι δύσκολο να αναγνωριστούν και διακριθούν.

2. Η δημιουργία ευκαιριών παραγωγικής απασχόλησης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού

Η ανάπτυξη του τουρισμού είναι μεταξύ άλλων στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης σε διάφορους υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας, αλλά και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα στη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου, στη βιομηχανία, στο εμπόριο κλπ.

Τρεις τύποι απασχόλησης δημιουργούνται βασικά από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα οι εξής:

(α) *Άμεση απασχόληση*: αυτή προκύπτει από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε παραγωγικές μονάδες της τουριστικής βιομηχανίας.

(β) *Έμμεση απασχόληση*: αυτή προκύπτει από δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς αλλά δεν προκαλείται άμεσα από δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες.

(γ) *Επαγωγική απασχόληση*: αυτή είναι η επιπλέον απασχόληση που προκύπτει από τις επιδράσεις του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος καθώς οι ντόπιοι κάτοικοι ξαναξοδεύουν τα επιπλέον χρήματα που κέρδισαν.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι οι περισσότερες αξιολογήσεις θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στον τουρισμό αναφέρονται μόνο στην άμεση απασχόληση, δηλαδή που προκύπτουν, όπως ήδη ειπώθηκε, από τις δαπάνες

που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε παραγωγικές μονάδες της τουριστικής βιομηχανίας.

Γενικά για την απασχόληση στον τουρισμό, υπάρχουν επαρκείς ενδείξεις που επιτρέπουν να γίνουν μερικές διαφωτιστικές παρατηρήσεις και συγκεκριμένα οι εξής:

(α) Η απασχόληση και οι επιδράσεις του εισοδήματος συνδέονται στενά μεταξύ τους πλην όμως όχι απόλυτα. Η άμεση απασχόληση και το εισόδημα μπορούν εύκολα να διακριθούν από την έμμεση απασχόληση και το εισόδημα. Υπάρχει μια ανάλογη σχέση μεταξύ εισοδήματος που δημιουργείται από τον τουρισμό και της απασχόλησης, αλλά δεν είναι απαραίτητα της αυτής έκτασης, αλλά και ούτε χρειάζεται να δημιουργούνται ταυτόχρονα.

(β) Οι επιδράσεις στην απασχόληση επηρεάζονται από τον τύπο της τουριστικής δραστηριότητας. Μερικές μορφές τουρισμού είναι περισσότερο «έντασης εργασίας» και άλλες πάλι λιγότερο. Ας σημειωθεί ότι η παρατήρηση αυτή ισχύει εντελώς ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας και ιδιαίτερα για την ξενοδοχία η οποία απορροφά ένα σημαντικό ποσοστό του εργατικού δυναμικού των τουριστικών προορισμών.

(γ) Οι επιδράσεις στην απασχόληση επηρεάζονται από τους τύπους των δεξιοτήτων που είναι διαθέσιμες επιτόπια. Ο τουρισμός χρειάζεται μεγάλους αριθμούς εργαζομένων με ελάχιστα προσόντα. Επίσης δημιουργεί ένα μικρό σχετικά αριθμό θέσεων σε διοικητικό ή επαγγελματικό επίπεδο οι οποίες συχνά συμπληρώνονται από διοικητικά και επαγγελματικά στελέχη που προέρχονται από άλλους επιτόπιους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας ή από άτομα που μετακαλούνται προς το σκοπό αυτό από άλλες περιοχές της χώρας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο.

(δ) Οι επιδράσεις του τουρισμού στην απασχόληση συχνά συγκαλύπτονται. Με το να δημιουργεί θέσεις απασχόλησης ο τουρισμός, ενδέχεται να προσελκύσει εργατικό δυναμικό από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ειδικότερα δε από αγροτικές περιοχές. Επίσης ενδέχεται να προσελκύσει διάφορα άλλα άτομα που δεν συγκαταλέγονται επίσημα στο οικονομικά ενεργό πληθυσμό, όπως για παράδειγμα συνταξιούχους, νοικοκυρές, φοιτητές. Το γεγονός αυτό δυσκολεύει να εκτιμηθεί η πραγματική επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση. Οι επιδράσεις του του-

ρισμού στην απασχόληση δεν περιορίζονται μόνο στα στενά όρια ενός τουριστικού προορισμού μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον τουρισμό είναι πολλές φορές μόνο μερικής απασχόλησης, που σημαίνει ότι αυτές μπορούν να πληρωθούν από άτομα που ζητούν δεύτερη εργασία για να συμπληρώσουν το εισόδημα τους. Σε αυτήν την περίπτωση ο τουρισμός προκαλεί μια πληρέστερη χρησιμοποίηση αυτών που ήδη απασχολούνται στην τουριστική οικονομία, αλλά ενδέχεται να μην οδηγήσει σε μια αξιόλογη μείωση της υφιστάμενης ανεργίας. Σε άλλες πάλι περιπτώσεις οικονομικά ενεργός πληθυσμός μπορεί να μετατοπιστεί από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στον τουρισμό. Η έλλειψη εργατικού δυναμικού που φυσιολογικά θα παρουσιαστεί στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας από τους οποίους θεληματικά μετατοπίστηκε στον τουρισμό ένα ποσοστό του εργατικού δυναμικού τους, ενδεχόμενα να αντιμετωπιστεί με εισαγόμενο εργατικό δυναμικό, γεγονός το οποίο μπορεί να έχει αρνητικές επιδράσεις, επειδή συνήθως συμβάλλει στην εντατικοποίηση των διαρροών αυτών.

(ε) Η απασχόληση στον τουρισμό είναι κατά ένα μεγάλο μέρος εποχιακή και συμβάλλει σε διακυμάνσεις της ανεργίας σε μια χώρα υποδοχής τουριστών σε όλα τα επίπεδα και συγκεκριμένα σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό, ιδιαίτερα δε όταν στη χώρα για την οποία ο λόγος ο τουρισμός διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην οικονομία της. Από την άλλη πλευρά πάλι η θεληματική εποχιακή απασχόληση στον τουρισμό έχει εγγενή μειονεκτήματα, επειδή αυτή τείνει να αποθαρρύνει κάθε προσπάθεια προς την κατεύθυνση μιας παραγωγικότερης απασχόλησης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της. Ενδεικτικά αναφέρεται για παράδειγμα ότι η εποχιακή απασχόληση μπορεί να προσελκύσει πλήρως απασχολούμενο εργατικό δυναμικό, γεγονός το οποίο θα αποθαρρύνει μη τουριστικές επιχειρήσεις και δραστηριότητες να εγκατασταθούν και αναπτυχθούν σε τουριστικές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών.

(στ) Οι περισσότερες επίσημες στατιστικές για την απασχόληση καλύπτουν κατά κανόνα μόνο τους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία και όχι τους αυτοαπασχολούμενους σε αυτήν, αλλά ούτε και τους εργοδότες. Αυτό πρέπει να αποδοθεί στο γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από ένα μεγάλο αριθμό μικρών τουριστικών μονάδων στις οποίες απασχολούνται πολλοί που υπάγονται στις

δύο κατηγορίες που αναφέρονται πιο πάνω, δηλαδή τους αυτοαπασχολούμενους και τους εργοδότες. Εξαιτίας αυτού πηγάζει η αδυναμία απογραφής του πραγματικού αριθμού των απασχολούμενων συνολικά στην τουριστική βιομηχανία.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω μπορεί ανεπιφύλακτα να υποστηριχτεί ότι ο τουρισμός συμβάλλει, χωρίς άλλο, στη δημιουργία θέσεων εργασίας πλήρους και μερικής απασχόλησης και συγκεκριμένα όχι μόνο μέσα στο στενό πλαίσιο της οικονομικής δραστηριότητας που αναπτύσσει, αλλά και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα θετικά από την τουριστική ανάπτυξη. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι η έρευνα μέχρι σήμερα απέτυχε στο μεγαλύτερο μέρος της να καθορίσει τον αριθμό των θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν από τον τουρισμό, στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στο δευτερογενή τομέα της οικονομίας που προσφέρουν ευκαιρίες απασχόλησης και σε μικρότερη έκταση τις αναλογίες μεταξύ εσόδων που απορρέουν από την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων και των θέσεων εργασίας που πρέπει κατά περίπτωση να δημιουργούνται στον τουρισμό. Όπως και να έχουν όμως τα πράγματα και όσο οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται σήμερα, προκειμένου να μετρηθούν οι θέσεις εργασίας που δημιουργεί ο τουρισμός άμεσα ή έμμεσα στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής τουριστών, κάθε άλλο παρά οι πλέον αξιόπιστες είναι, γεγονός που δεν μπορεί να αμφισβητηθεί από κανένα: η θετική συμβολή του τουρισμού στην αντιμετώπιση της ανεργίας και της μη θεληματικής υποαπασχόλησης.

3. Η τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια

Το περιφερειακό πρόβλημα εμφανίζεται από χώρα σε χώρα και από περιφέρεια σε περιφέρεια με διαφορετική μορφή και ένταση. Στην πραγματικότητα όλες οι περιφέρειες χαρακτηρίζονται από ένα μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό προβληματικότητας, που για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά πρέπει οπωσδήποτε να εφαρμοστεί μια ανάλογη περιφερειακή πολιτική. Έτσι λοιπόν υπάρχουν αναπτυγμένες περιφέρειες που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα οργάνωσης του χώρου, αποκέντρωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων, προστασίας του περιβάλλοντος κλπ., όπως επίσης υπάρχουν και φθίνουσες περιφέρειες που έχουν ανάγκη ενίσχυσης της οικονομίας τους με νέες δυναμικές οικονομικές δραστηριότητες, αντι-

μετώπισης της αδυναμίας τους να αναπτυχθούν αυτοδύναμα λόγω ανεπάρκειας φυσικών πόρων κλπ. Εκτός όσων εκτέθηκαν πιο πάνω θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι οι περιφέρειες και ειδικότερα οι αναπτυσσόμενες έχουν ανάγκη πραγματοποίησης διαρθρωτικών μεταβολών στην οικονομία τους, εκτέλεσης έργων υποδομής και ανωδομής κλπ.

Μια από τις οικονομικές δραστηριότητες που επιχειρείται να αναπτυχθεί σε περιφερειακό επίπεδο σε πολλές χώρες είναι και ο τουρισμός. Στις περισσότερες από αυτές η ανάπτυξη του τουρισμού πέρα από το ό,τι ήταν απρογραμμάτιστη και ευκαιριακή, επικεντρωνόταν κατά κύριο λόγο στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια δεν είναι τόσο εύκολη όσο ενδεχόμενα να φαίνεται από πρώτη όψη και τούτο γιατί απαραίτητη προϋπόθεση για να μπορέσει να επιτευχθεί αυτή είναι η δημιουργία έργων τουριστικής υποδομής με κρατική χρηματοδότηση, η δημιουργία έργων τουριστικής ανωδομής με την ανάπτυξη επενδυτικής δραστηριότητας εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, καθώς επίσης η εκπαίδευση τουριστικών στελεχών και η κατάλληλη κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε τουριστικά επαγγέλματα για την παροχή της ζητούμενης ποσότητας και ποιοτικής στάθμης τουριστικών υπηρεσιών. Και ακόμα το τουριστικό προϊόν που παράγεται και προσφέρεται για κατανάλωση ή χρήση να είναι αυτό που ξένοι και ντόπιοι τουρίστες ζητούν να αγοράσουν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Πάνω απ' όλα όμως η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια προϋποθέτει τη χάραξη και εφαρμογή μιας ρεαλιστικής περιφερειακής πολιτικής εκ μέρους των πολιτικών εξουσιών των διάφορων χωρών στο πλαίσιο πάντα της υλοποίησης του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

Ας σημειωθεί ότι η άσκηση περιφερειακής πολιτικής, εκ μέρους των πολιτικών εξουσιών τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών, δεν περιορίζεται πια στην αντιμετώπιση μεμονωμένων περιφερειακών προβλημάτων, αλλά τα αντιμετωπίζει στο σύνολο τους. Πέρα από αυτό όμως οι σκοποί της σύγχρονης περιφερειακής πολιτικής διευρύνονται ολοένα και περισσότερο, με αποτέλεσμα να περιλαμβάνουν αυτοί συνεχώς νέους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρισμός, αρκεί να μπορούν αυτοί να αναπτυχθούν και να συμβάλουν στο μέτρο του εφικτού στην ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας,

στην πλήρη απασχόληση του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της, στην αύξηση του κατά κεφαλήν ακαθάριστου εθνικού εισοδήματος της, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και συνθηκών εργασίας του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της, καθώς επίσης στην εξομάλυνση του προσωπικού εισοδήματος του.

Ο ρόλος του παραγωγικού συντελεστή «εργασία» στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια είναι οπωσδήποτε καθοριστικός, αφού τα περιθώρια αυτοματοποίησης και μηχανοποίησης της τουριστικής παραγωγής είναι πιο περιορισμένα. Παρ' όλα αυτά όμως οι περισσότερες αν όχι όλες οι τουριστικά αναπτυγμένες χώρες αντιμετωπίζουν σοβαρές ελλείψεις ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού για τη χρησιμοποίηση του σε διάφορες θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία, με αποτέλεσμα ο παραγωγικός συντελεστής «εργασία» να παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς. Κατά συνέπεια η ποσοτική και ποιοτική σύνθεση της παρεχόμενης εργασίας, από τους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία, έχει άμεσες επιπτώσεις στην παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών τόσο από ποσοτικής, όσο και από ποιοτικής άποψης.

Αν και ο ρόλος του κεφαλαίου στην παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών είναι εξίσου σημαντικός με αυτόν της εργασίας, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, είναι κατ' εξοχήν έντασης εργασίας, που σημαίνει ότι ο ανθρώπινος παράγοντας μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις και μέχρι ενός σημείου μπορεί να υποκατασταθεί στην παραγωγική διαδικασία από το κεφάλαιο.

Όπως ήδη αναφέρθηκε αρκετές φορές προηγουμένα, ο τουρισμός μπορεί να προκαλέσει οικονομικά ωφέληματα για προορισμούς που ανάλογα με τις συνθήκες και τους ρυθμούς ανάπτυξης του μπορεί να είναι λιγότερο ή περισσότερο σημαντικά. Εξαιτίας αυτού είναι πιθανόν η ανάπτυξη του τουρισμού να επιφέρει αλλαγές στις οικονομικές δομές ενός προορισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι στη διεθνή οικονομική βιβλιογραφία πολύ λίγες αναφορές γίνονται σε μεταβολές στη βιομηχανική παραγωγή σαν συνέπεια της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό ίσως θα πρέπει να αποδοθεί στο γεγονός ότι ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας αλλά και πολλοί άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, συχνά βλέπονται ασυνδύαστοι, επειδή η ανά-

πτυξη ή μεγέθυνση του ενός έχει γίνει σε βάρος του άλλου. Ωστόσο έχει επίσης θεωρηθεί σαν δεδομένο ότι εκσυγχρονισμός χωρίς εκβιομηχάνιση δεν μπορεί να επιτευχθεί και ότι τη διαδικασία της εκβιομηχάνισης μπορεί χωρίς άλλο να επιτείνει ο τουρισμός.

Οι περιφέρειες στις οποίες επιχειρείται η ανάπτυξη του τουρισμού είναι συνήθως αγροτικές. Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου στην Ευρώπη, τουλάχιστον, και συγκεκριμένα στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες, παρατηρήθηκε μια βαθμιαία μεν πλην όμως σταθερά άρχισε να παρατηρείται μια μετατόπιση των πληθυσμών των αγροτικών περιφερειών τους προς τα μεγάλα αστικά κέντρα, όπου έβρισκαν απασχόληση με δελεαστικά ημερομίσθια στις οικοδομικές κατασκευές και στην βιομηχανία που προσπαθούσε να ανασυγκροτηθεί μετά τις καταστροφές που είχε υποστεί κατά τη διάρκεια των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου ή και να αναπτυχθεί, καθώς επίσης στην τουριστική βιομηχανία που άρχιζε τότε δειλά μεν αλλά εμφανώς να παρουσιάζει τάσης μιας δυναμικής και ταχύρυθμης ανάπτυξης, η οποία και επιβεβαιώθηκε, με το πέρασμα του χρόνου, αλλά και επεκτάθηκε.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια αναγκαστικά επιφέρει αλλαγές στις οικονομικές δομές της. Αυτές με τη σειρά τους επιφέρουν αλλαγές και στη χρήση της γης. Ο τουρισμός, όπου αναπτύσσεται, συμβάλλει μεταξύ άλλων στην αύξηση των τιμών της γης και εξαιτίας αυτού στην αύξηση των αγοραπωλησιών της, καθώς επίσης στην κατάτμησή της. Όλη αυτή η κατάσταση συμβάλλει στην εμφάνιση πληθωριστικών πιέσεων, των οποίων τα πρώτα θύματα είναι οι νεότεροι κάτοικοι τους που προσπαθούν να ορθοποδήσουν επαγγελματικά και να νοικοκυρευτούν, αγοράζοντας γη και σπίτια. Παράλληλα όμως η περιφέρεια αρχίζει βαθμιαία να γίνεται λιγότερο αυτάρκης και περισσότερο εξαρτημένη από διεθνείς οικονομικές συνθήκες.

Ανεξάρτητα απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, υπάρχουν τεκμηριωμένες περιπτώσεις, όπου η ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφέρειες χωρών συνέβαλε αποφασιστικά όχι μόνο στη συγκράτηση του πληθυσμού τους, αλλά και στην αύξηση του.

Το συμπέρασμα που βγαίνει κατόπιν όσων ειπώθηκαν πιο πάνω είναι ότι η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια παρά τα όποια προβλήματα που ενδέχεται

να δημιουργήσει, μπορεί επίσης να προκαλέσει ανάπτυξη οικονομικής δραστηριότητας, η σημασία της οποίας κάθε άλλο παρά να παραβλεφτεί μπορεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Η διαπίστωση όμως αυτή δεν αναιρεί μιαν άλλη: η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων της. Αναμφίβολα όμως μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην άμβλυση τους, που σε τελευταία ανάλυση αυτό είναι κατά κύριο λόγο το ζητούμενο. Πέρα από αυτό όμως με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφέρειες όπου κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας έχουν περιορισμένες ή και καθόλου πιθανότητες να αναπτυχθούν, δεν πετυχαίνονται μόνο οικονομικοί στόχοι αλλά και κοινωνικοί που απορρέουν από τον περιορισμό της εξωτερικής μετανάστευσης και κυρίως της μαζικής μετατόπισης των πληθυσμών τους στα μεγάλα κυρίως αστικά κέντρα προς αναζήτηση καλύτερης τύχης.

4. Η δημιουργία εσόδων για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό των αστικών κέντρων και της περιφέρειας

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα είναι φυσικό να δημιουργεί έσοδα για ένα τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της που με οποιοδήποτε τρόπο απασχολείται σε τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς επίσης για ένα άλλο τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της το οποίο να μην απασχολείται σε τουριστικές επιχειρήσεις, πλην όμως αυτές στις οποίες απασχολείται οφείλουν την οικονομική τους επιβίωση σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό στον τουρισμό, όπως για παράδειγμα οι επιχειρήσεις μεταφορών, τροφίμων και ποτών, διασκέδασης, αναψυχής και πολλοί άλλοι μεμονωμένοι επιτηδευματίες που προσφέρουν διάφορα αγαθά και υπηρεσίες και σε τουρίστες.

Φορέας της τουριστικής ανάπτυξης σε χώρες με μικτή οικονομία είναι κατά κανόνα η ιδιωτική πρωτοβουλία, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις επικουρείται από το κράτος, όπως για παράδειγμα όταν αυτό είναι πεισμένο ότι η τουριστική ανάπτυξη στην περιφέρεια θα την τονώσει οικονομικά και έτσι θα συμβάλει αποφασιστικά στην αποτελεσματική αντιμετώπιση πολλών οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων της και κυρίως αυτά της ανεργίας ή και υποαπασχόλησης και της μετατόπισης μεγά-

λων τμημάτων του πληθυσμού της στα αστικά κέντρα προς αναζήτηση καλύτερης τύχης.

Ο τουρισμός, όπως ήδη ειπώθηκε, δημιουργεί άμεσα ή έμμεσα εισοδήματα στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό των αστικών κέντρων και της περιφέρειας. Ειδικότερα η δημιουργία εισοδήματος στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό της περιφέρειας συμβάλλει μεταξύ άλλων αποφασιστικά και στην εξομάλυνση του προσωπικού του εισοδήματος, ιδιαίτερα δε όταν η περιφέρεια έχει χαμηλό δείκτη παραγωγικής δραστηριότητας και χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. Εξαιτίας αυτού περιορίζεται επίσης σημαντικά και το άνοιγμα της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού των αστικών κέντρων και αυτών της περιφέρειας.

Ας σημειωθεί ότι από τα χρήματα που εισρέουν στα αστικά κέντρα και την περιφέρεια από τον τουρισμό, ένα μέρος τους μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να κυκλοφορεί και επανακυκλοφορεί μέσα στα όρια τους και να δημιουργεί πρόσθετο εισόδημα για τους κατοίκους του, αλλά και έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση, σε τελευταία δε ανάλυση και τη χώρα υποδοχής τουριστών.

Η τουριστική βιομηχανία, όπως ήδη ειπώθηκε, συγκροτείται από ετερογενείς επιχειρήσεις που παράγουν και προσφέρουν μια σειρά ποικίλων υλικών και αυτών τουριστικών και άλλων προϊόντων, τα οποία οι άνθρωποι καταναλώνοντας τα ή κάνοντας χρήση τους ικανοποιούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Ορισμένες από τις επιχειρήσεις για τις οποίες ο λόγος εξαρτούν την οικονομική τους επιβίωση από τις τουριστικές δαπάνες, που σημαίνει ότι ασχολούνται αποκλειστικά με την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών των τουριστών. Άλλες πάλι ικανοποιούν εκτός από ανάγκες ή επιθυμίες τουριστών και αυτές του ντόπιου πληθυσμού. Αυτό απλά σημαίνει ότι από τον τουρισμό και συγκεκριμένα από τις τουριστικές δαπάνες δεν επηρεάζεται θετικά μόνο ο κλάδος του τουρισμού αλλά και άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως η γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου, η βιομηχανία, οι μεταφορές κλπ.

Έτσι λοιπόν μπορεί να ειπωθεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια είναι δυνατό κάτω από προϋποθέσεις να προκαλέσει αξιόλογες οικονομικές εισροές, από τις οποίες θα επωφεληθούν τουριστικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις, ντόπιος πληθυσμός, τοπική αυτοδιοίκηση και χώρα υποδοχής τουριστών.

Οι θετικές όμως επιδράσεις του τουρισμού και σε περιφερειακό επίπεδο αναμφίβολα μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, πλην όμως γίνονται αυτές αισθητές μόνο όταν η τουριστική ανάπτυξη πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερειακό έλεγχο σε κάθε αναπτυξιακή φάση, πολύ περισσότερο δε όταν αυτή συνοδεύεται από παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης κλάδων οικονομικής δραστηριότητας των τομέων της πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής και κυρίως της γεωργίας με την ευρύτερη έννοια του όρου και της βιομηχανίας.

5. Η πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων κεφαλαίου σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής

Η ανάπτυξη του τουρισμού γενικά προϋποθέτει την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων κεφαλαίου τόσο εκ μέρους του δημοσίου όσο και εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Και οι μεν δημόσιες επενδύσεις είναι απαραίτητες για την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής, οι δε επενδύσεις της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για την εκτέλεση έργων τουριστικής ανωδομής. Κατά συνέπεια όταν γίνεται λόγος για ανάπτυξη του τουρισμού, αυτό οπωσδήποτε σημαίνει παράλληλη επενδυτική δραστηριότητα στον τουρισμό.

Πολλές φορές συμβαίνει οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται από το δημόσιο και την ιδιωτική πρωτοβουλία για την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου ή μιας περιοχής να μην επαρκούν για την ανάπτυξη τους. Σε αυτές τις περιπτώσεις γίνεται συνήθως προσφυγή σε ξένους επενδυτές, προκειμένου να εξασφαλιστούν τα επιπρόσθετα κεφάλαια που απαιτούνται προς το σκοπό αυτό.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστεί ότι η έννοια του όρου «επένδυση» δεν συμπίπτει αναγκαστικά με την καθημερινή χρήση του. Αυτό που είναι επένδυση για ένα άτομο δεν είναι απαραίτητα επένδυση για την τουριστική οικονομία σαν σύνολο. Για παράδειγμα αν αγοράσει κάποιος μια μετοχή μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης στο χρηματιστήριο, αυτό θεωρείται εκ μέρους του ότι είναι επένδυση. Για την τουριστική οικονομία όμως η αγορά της μετοχής δεν σημαίνει τίποτε περισσότερο από μια απλή μεταβίβαση της κυριότητας της. Η αγορά για παράδειγμα

των κτιριακών εγκαταστάσεων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης από μια άλλη αποτελεί χωρίς άλλο μια επένδυση για την τουριστική επιχείρηση που τις αγόρασε. Για την τουριστική οικονομία πάλι είναι απλή μεταβίβαση κυριότητας κεφαλαίου. Από την άποψη της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα της οικονομικής επιστήμης, τουριστική επένδυση είναι μόνο η δημιουργία τουριστικού κεφαλαίου.

Η τουριστική επένδυση αποτελεί χωρίς άλλο το δεύτερο σημαντικό στοιχείο της συνολικής τουριστικής δαπάνης μετά την τουριστική κατανάλωση ή χρήση. Όπως εξηγήθηκε πιο πάνω τουριστική επένδυση είναι μόνο η δημιουργία τουριστικού κεφαλαίου, δηλαδή κτιριακών εγκαταστάσεων τουριστικών επιχειρήσεων, εξοπλισμοί ξενοδοχείων κλπ. Αφού το κεφάλαιο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους συντελεστές της τουριστικής παραγωγής, είναι ολοφάνερο ότι η ικανότητα της τουριστικής οικονομίας για παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από το απόθεμα του τουριστικού κεφαλαίου. Κατά συνέπεια όταν αυξάνει το τουριστικό κεφάλαιο, αυξάνει και η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας και αντίστροφα. Με άλλα λόγια όταν μειώνεται το απόθεμα του κεφαλαίου, μειώνεται και η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων.

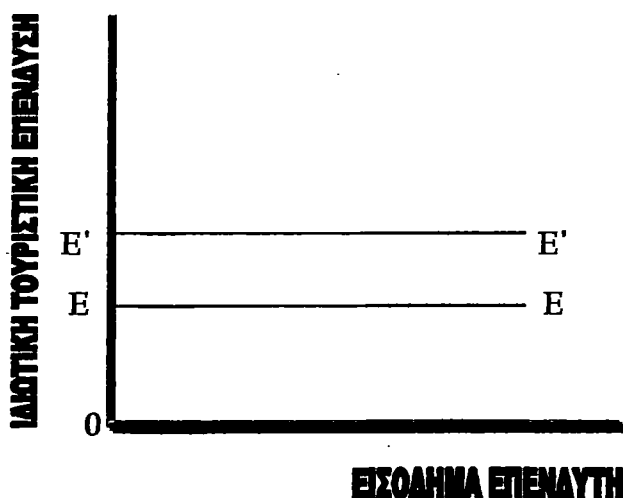
Ύστερα απ' όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω μπορεί να ειπωθεί ότι ο τουρισμός χωρίς επενδύσεις δεν μπορεί να υπάρξει. Κατά συνέπεια η λήψη αποφάσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια πρέπει απαραίτητα να συνδέεται με την πραγματοποίηση επενδύσεων τόσο εκ μέρους του δημοσίου όσο και εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, θα πρέπει όμως στο σημείο αυτό να διευκρινισθεί ότι σε αντίθεση με την τουριστική κατανάλωση ή χρήση, η ιδιωτική επένδυση χαρακτηρίζεται από αστάθεια, δηλαδή παρουσιάζει συχνές και απότομες διαχρονικές μεταβολές. Η μεταβλητότητα αυτή της ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης επηρεάζει σημαντικά τις διακυμάνσεις που παρατηρούνται στο ύψος του τουριστικού εισοδήματος και της απασχόλησης στον τουρισμό. Σε ό,τι όμως αφορά στο ύψος της ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι αυτό εξαρτάται βασικά από τα κέρδη που προσδοκούν οι επενδυτές να πραγματοποιήσουν, καθώς επίσης από ορισμένους παράγοντες οι σημαντικότεροι από τους οποίους, όπως ήδη έχει αναφερθεί, είναι οι εξής: (α) ο ρυθμός ανάπτυξης νέων παραγωγικών μεθόδων των προϊόντων στην τουριστική

οικονομία, (β) το κόστος αγοράς και χρησιμοποίησης κεφαλαιουχικών προϊόντων στην τουριστική οικονομία, (γ) το κόστος του χρηματικού κεφαλαίου που απαιτείται για την αγορά υλικού κεφαλαίου στην τουριστική οικονομία και (δ) η κρατική πολιτική για την τόνωση της επενδυτικής δραστηριότητας στην τουριστική οικονομία.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινισθεί ότι στους σημαντικούς αυτούς παράγοντες που αναφέρονται πιο πάνω, οι οποίοι επηρεάζουν αποφασιστικά το ύψος των ιδιωτικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται στον τουρισμό, δεν έγινε αναφορά στο εισόδημα σαν έναν από αυτούς. Με άλλα λόγια δεν εκφράστηκε η ιδιωτική τουριστική επένδυση σαν συνάρτηση του εισοδήματος του επενδυτή, όπως στην περίπτωση της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης. Το ύψος του εισοδήματος του επενδυτή ενδέχεται να ασκεί κάποια επίδραση στο ύψος της ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης. Σαν πρώτη όμως προσέγγιση θα υποθεθεί ότι αυτή είναι αυτόνομη, δηλαδή ότι δεν εξαρτάται από το ύψος του εισοδήματος του επενδυτή. Σε αυτήν την περίπτωση η σχέση μεταξύ ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης και εισοδήματος του επενδυτή είναι όπως αυτή που απεικονίζεται στο διάγραμμα 1, δηλαδή μια ευθεία παράλληλη προς τον οριζόντιο άξονα στο ύψος της τιμής της ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης, όπως η ευθεία ΕΕ, που παριστάνει την ιδιωτική τουριστική επένδυση ύψους ΟΕ.

Διάγραμμα 1

Η συνάρτηση ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων:



Αυτό απλά υποδηλώνει το ποσό που ένας επενδυτής είναι διατεθειμένος να ξοδέψει, προκειμένου να πραγματοποιήσει μια επένδυση στον τουρισμό. Κοντολογίς το ποσό που ο επενδυτής για τον οποίο ο λόγος είναι διατεθειμένος να ξοδέψει για

όλα τα επίπεδα του εισοδήματος είναι της τάξεως του ΟΕ. Σε περίπτωση όμως που ο επενδυτής σκοπεύει να αυξήσει το ποσό που θα επενδύσει στον τουρισμό, τότε μετατοπίζεται η συνάρτηση της ιδιωτικής τουριστικής επένδυσης, δηλαδή η ευθεία ΕΕ στη θέση ΕΕ'. Αν πάλι το ποσό που σκοπεύει να επενδύσει στον τουρισμό μειωθεί, τότε η ευθεία για την οποία ο λόγος θα μετατοπιστεί προς τα κάτω.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 6^ο

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ & Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης

Η οικονομική σημασία του τουρισμού και ο ρόλος που διαδραματίζει αυτός στην ανάπτυξη και πρόοδο των σύγχρονων κοινωνιών έχει γίνει μια κοινή συνείδηση στις πολιτικές εξουσίες των χωρών και κυρίως αυτών που πασχίζουν να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει. Γι' αυτό και καταβάλλεται σοβαρή προσπάθεια εκ μέρους τους να αναπτύξουν τον τόσο σημαντικό αυτόν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας τους και μάλιστα όσο το δυνατό δυναμικότερα και γρηγορότερα γίνεται. Πέρα από αυτό όμως τα αναπτυξιακά προβλήματα του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο άρχισαν να απασχολούν σοβαρά και ορισμένους οργανισμούς, όπως είναι για παράδειγμα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ), η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Αναπτύξεως (ΟΟΣΑ) και το σημαντικότερο απ' όλα να ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη, με αποτέλεσμα να δείχνει αυτή ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον γι' αυτά.

Η συστηματική μελέτη των προβλημάτων της τουριστικής ανάπτυξης και η διερεύνηση των αρχών και κανόνων που τη διέπουν έχουν γίνει μια σήμερα μια επιτακτική αναγκαιότητα. Ιδιαίτερα στη σημερινή φάση της εξέλιξης του τουρισμού, η τάση αυτή γίνεται ολοένα και εντονότερη μια και θεωρείται βέβαιο ότι οι πρόοδοι

που σημειώνονται διεθνώς προς την κατεύθυνση αυτή θα οδηγήσουν σε μια ορθολογικότερη, αποτελεσματικότερη και επωφελέστερη αντιμετώπιση τους.

Η τουριστική ανάπτυξη με την πιο πλατειά έννοια του όρου σημαίνει σε γενικές γραμμές εξέλιξη του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, που συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωση της, μα πάνω απ' όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει εντελώς ιδιαίτερα να τονιστεί η ποιοτική άποψη της τουριστικής ανάπτυξης και αυτό εξαιτίας του γεγονότος ότι συνδέεται άμεσα με διαρθρωτικές μεταβολές στην παραγωγική δραστηριότητα του τουρισμού, αλλά παράλληλα και μια σειρά θεσμικών και οργανωτικών αλλαγών που πρέπει απαραίτητα να τις συνοδεύουν ή και να προηγούνται αυτών χρονικά αν και όπου κάτι τέτοιο κρίνεται σκόπιμο. Με άλλα λόγια η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει μεταβολές διαρθρωτικής φύσης στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης σημαντικές αλλαγές και βελτιώσεις των θεσμών που αφορούν στην οργάνωση και λειτουργία της τουριστικής παραγωγής.

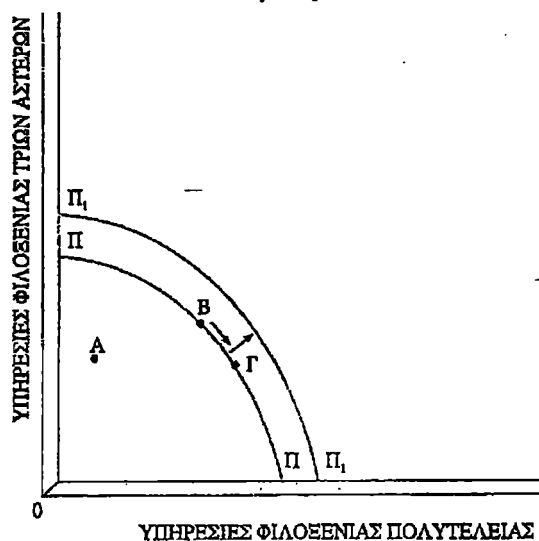
Ο στόχος ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας είναι μεσοχρόνιος ή μακροχρόνιος και αυτό γιατί η επίτευξη του εξαρτάται από την αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της. Κάτω από προϋποθέσεις είναι δυνατό να επιτευχθούν βελτιώσεις σε μια τουριστική οικονομία στο βραχυχρόνιο διάστημα, σε ό,τι αφορά στην ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών, χωρίς όμως να μεταβληθούν οι ποσότητες των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Οι οποιοσδήποτε βελτιώσεις προς αυτήν την κατεύθυνση δεν έχουν καμία απολύτως σχέση με την αύξηση της αποδοτικότητας των παραγωγικών της συντελεστών και κατ' επέκταση της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας.

Η διαφορά μεταξύ της βελτίωσης της αποδοτικότητας μιας τουριστικής οικονομίας και της ανάπτυξης της μπορεί να δειχτεί γραφικά με τη βοήθεια του διαγράμματος 1, που απεικονίζει την υποθετική καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτή-

των της ΓΠΠ σε μια ορισμένη χρονική περίοδο. Αν λοιπόν υποθεθεί για ευκολία, στην ανάλυση που ακολουθεί, ότι η τουριστική οικονομία για την οποία ο λόγος παράγει μόνο δυο κατηγορίες υπηρεσιών φιλοξενίας και συγκεκριμένα πέντε αστέρων και δυο αστέρων, οι παραγωγικές της δυνατότητες, δηλαδή η θέση του ορίου ΓΠΠ της υποθετικής καμπύλης των παραγωγικών της δυνατοτήτων, καθορίζεται από τους παραγωγικούς συντελεστές και την τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία.

Διάγραμμα 1

Οι υποθετικοί συνδυασμοί των παραγωγικών δυνατοτήτων μιας τουριστικής οικονομίας



Αν σε ένα χρόνο, για οποιοδήποτε λόγο, η τουριστική οικονομία αυτή λειτουργεί με υποαπασχόληση, με ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό, με κακή οργάνωση κλπ. είναι φυσικό να μην μπορέσει να μεγιστοποιήσει την αποδοτικότητα της και σαν συνέπεια αυτού να παράγει μικρότερες ποσότητες υπηρεσιών φιλοξενίας από εκείνες που κανονικά θα της επέτρεπαν οι τουριστικοί της πόροι και η τεχνολογία που χρησιμοποιεί στην παραγωγική διαδικασία. Για παράδειγμα παράγει το συνδυασμό Α, ενώ κάτω από άλλες συνθήκες θα μπορούσε να παράγει το συνδυασμό Β ή Γ ή κάποιον άλλο από εκείνους που ορίζονται από την καμπύλη ΓΠΠ. Η ορθολογιστική συμπεριφορά των μεμονομένων τουριστικών μονάδων και η λήψη κατάλληλων μέτρων τουριστικής πολιτικής θα βοηθούσαν την τουριστική οικονομία αυτή να φύγει από το συνδυασμό Α των ποσοτήτων υπηρεσιών φιλοξενίας που παράγει και να φτάσει το όριο ΓΠΠ.

Αν πάλι, για λόγους που θα εξεταστούν αμέσως πιο κάτω, αυξηθούν με το πέρασμα του χρόνου οι παραγωγικές δυνατότητες της τουριστικής οικονομίας για την οποία ο λόγος, η καμπύλη ΠΠ των παραγωγικών της δυνατοτήτων θα μετακινηθεί προς τα δεξιά, έστω στη θέση Π₁Π₁. Αυτή ακριβώς η αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας και όχι απαραίτητα αυτή της πραγματικής παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας αντιπροσωπεύει την ανάπτυξη ή μεγέθυνση του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος: της τουριστικής οικονομίας.

Η αύξηση της συνολικής ποσότητας υπηρεσιών φιλοξενίας από τους πόρους και την τεχνολογία που έχει στη διάθεση της μια τουριστική οικονομία δεν πρέπει να θεωρείται ότι έχει δυναμικό και μακροχρόνιο χαρακτήρα, αλλά αντίθετα στατικό και βραχυχρόνιο, επειδή δεν προϋποθέτει διαρθρωτικές μεταβολές στον παραγωγικό της μηχανισμό και θεσμικές αλλαγές που αφορούν στην οργάνωση και λειτουργία του μηχανισμού παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας. Από μικροτουριστικής άποψης το θέμα εντοπίζεται κατά κύριο λόγο στη βελτίωση του τρόπου κατανομής των συντελεστών παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας μεταξύ των διάφορων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς επίσης στη χρησιμοποίηση των σωστών αναλογιών τους στην παραγωγική διαδικασία. Από μακροτουριστικής άποψης πάλι, το κύριο θέμα εντοπίζεται στο πώς να προσαρμοστεί στο βραχυχρόνιο διάστημα η συνολική ζήτηση υπηρεσιών φιλοξενίας στο επίπεδο εκείνο που θα εξασφαλίζει πλήρη απασχόληση της τουριστικής οικονομίας. Οι βραχυχρόνιες αυτές προσαρμογές θεωρείται ότι μπορούν να γίνουν χωρίς να χρειαστούν βασικές διαρθρωτικές μεταβολές στην τουριστική οικονομία που στην πράξη μπορούν να αποδειχτούν χρήσιμες για την αύξηση της αποδοτικότητας της.

Αντίθετα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, η διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας θεωρείται ότι έχει χαρακτήρα δυναμικό και μεσοχρόνιο ή μακροχρόνιο. Έτσι λοιπόν για να αυξηθούν ουσιαστικά οι ποσότητες των συντελεστών παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας και να βελτιωθεί η τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική τους διαδικασία, χρειάζονται συνήθως μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής, πολλές φορές δε και αλλαγές της συμπεριφοράς των μεμονωμένων τουριστικών μονάδων, που στο

παράδειγμα που δόθηκε είναι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της οργάνωσης της τουριστικής οικονομίας και της διάρθρωσης του παραγωγικού της μηχανισμού. Η διαδικασία αυτή είναι ουσιαστικά διαδικασία αύξησης της δυνατότητας συνολικής παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε και δυο αστέρων και κατ' επέκταση της συνολικής προσφοράς τους στην τουριστική αγορά.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω ότι η βραχυχρόνια διαδικασία βελτίωσης της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας κάθε άλλο παρά οποιαδήποτε σχέση έχει με τη μεσοχρόνια ή μακροχρόνια διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης. Αναμφίβολα η αποδοτικότερη λειτουργία της τουριστικής οικονομίας μπορεί χωρίς άλλο να δημιουργήσει τις απαραίτητες προϋποθέσεις που διευκολύνουν την τουριστική ανάπτυξη, όπως για παράδειγμα όταν αυξάνεται το τουριστικό εισόδημα, οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε πάγια κεφάλαια και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό κλπ. και σαν συνέπεια αυξάνονται οι παραγωγικές δυνατότητες της τουριστικής οικονομίας.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι όσο διαρκεί η ανάπτυξη μιας τουριστικής οικονομίας, η συνεχής αποδοτική λειτουργία του παραγωγικού της μηχανισμού της επιτρέπει να επιταχύνει το ρυθμό της ανάπτυξης της και αυτό γιατί αποφεύγεται η σπατάλη της μη χρησιμοποίησης ή της κακής χρησιμοποίησης μέρους των παραγωγικών της συντελεστών που, όπως είναι γνωστό, βρίσκονται λίγο-πολύ σε ανεπάρκεια.

2. Η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης

Μια αναπτυσσόμενη τουριστική οικονομία δεν είναι απλά σε πλεονεκτικότερη θέση για να ικανοποιήσει καλύτερα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων που διαρκώς αυξάνουν. Επίσης μπορεί να διαθέσει περισσότερους πόρους για την επίλυση διάφορων προβλημάτων του τουρισμού, η ύπαρξη των οποίων αποτελεί τροχοπέδη της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι για παράδειγμα το οικολογικό, το χαμηλό επίπεδο επαγγελματικής κατάρτισης των ξενοδοχοϋπαλλήλων και υπαλλήλων άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, η ανεπάρκεια τουριστικής υποδομής και ανωδομής, όπως είναι για παράδειγμα αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες, αποχετευτικά έργα κλπ.

Όταν η παραγωγική δυνατότητα μιας τουριστικής οικονομίας συνεχώς

αυξάνεται, είναι επόμενο ότι ένα μέρος τουλάχιστον του πραγματικού προϊόντος από τον τουρισμό μπορεί να χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και για την επίλυση προβλημάτων, όπως αυτά που αναφέρθηκαν πιο πάνω, χωρίς όμως να υπάρχει ανάγκη να μειωθεί ποσοτικά η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών που ικανοποιούνταν.

Σε μια τουριστική οικονομία, το πραγματικό προϊόν ή εισόδημα της οποίας δεν αυξάνεται, η αντιμετώπιση προβλημάτων που αποτελούν τροχοπέδη στην τουριστική ανάπτυξη ή η ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών μπορούν να γίνουν μόνο αν μειωθεί αντίστοιχα ο βαθμός ικανοποίησης άλλων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών ή περιοριστεί ποσοτικά και ποιοτικά η ικανοποίησή τους. Κάτι τέτοιο όμως προκαλεί συνήθως αρνητικές αντιδράσεις εκ μέρους των τουριστών και αυτό γιατί κάθε προσαρμογή τους σε χαμηλότερο από ποσοτικής και ποιοτικής άποψης επίπεδο κατανάλωσης ή χρήσης, τους δημιουργεί ψυχολογικά προβλήματα με αποτέλεσμα να τη δυσκολεύουν.

Η κατάσταση αυτή δεν θα καλυτερέψει ακόμα και αν το πραγματικό προϊόν ή εισόδημα της τουριστικής οικονομίας αυξάνεται μεν, πλην όμως με χαμηλότερο ρυθμό απ' ό,τι ο αριθμός των τουριστών και κατ' επέκταση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, με αποτέλεσμα τα διαθέσιμα μέσα να μην επαρκούν για την ικανοποίησή τους τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης.

Όπως ήδη αναφέρθηκε στην αρχή, ο κλάδος οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος, η τουριστική οικονομία, αναμφίβολα μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να είναι σημαντικότερος, όπως σημαντικότερος μπορεί να είναι και ο λόγος που κάνει επιτακτική την ανάπτυξη του παντού όπου αυτή είναι εφικτή, δηλαδή πραγματοποιήσιμη. Παρ' όλα αυτά όμως η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρείται ότι μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για τα διάφορα οικονομικά προβλήματα μιας χώρας και ιδιαίτερα όταν αυτή ανήκει στην κατηγορία των αναπτυσσόμενων. Μπορεί μεν να συμβάλει χωρίς άλλο στον περιορισμό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, στην εισροή συναλλάγματος, στη δημιουργία θέσεων εργασίας κλπ., αλλά δεν θα πρέπει να ξεχνιέται ούτε στιγμή ότι η τουριστική οικονομία είναι πάρα πολύ ευαίσθητη σε οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες. Επίσης ότι ακόμα και κάτω από φυσιολογικές συν-

θήκες, η παραγωγική της δραστηριότητα υπόκειται, στις περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, σε περιορισμούς που αναπόφευκτα θέτει η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να επιχειρείται μονόπλευρα, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η εθνική οικονομία, της οποίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος, βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Μια ισόρροπη και αρμονική ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας με τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας, και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργική και βιομηχανική οικονομία, εξασφαλίζει σε αυτήν τον απρόσκοπτο εφοδιασμό της με είδη διατροφής, κεφαλαιουχικό εξοπλισμό κλπ., που τόσο απαραίτητα της είναι για την παραγωγή των τουριστικών προϊόντων εκείνων που ζητούν οι τουρίστες για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Αλλά και οι θετικές επιδράσεις της ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, τόσο στους βασικούς όσο και τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας μιας οικονομίας, κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν.

3. Λόγοι προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης

Η απόφαση να αναπτυχθεί η τουριστική οικονομία ή να ενταθεί η ανάπτυξη της σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, πρέπει να επιχειρηθεί να μελετηθεί με μεγάλη προσοχή. Τα οικονομικά και κοινωνικά ωφελήματα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι αναμφίβολα πολύ σημαντικά. Γι' αυτό και η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας αποσπά ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών, εφόσον βέβαια υπάρχουν και οι απαραίτητες προϋποθέσεις για κάτι τέτοιο όπως για παράδειγμα κάποιοι συνδυασμοί φυσικών, ιστορικών, αρχαιολογικών, πολιτιστικών και κλιματολογικών θέλγητρων. Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται και μεγεθύνεται ολοένα και περισσότερο. Μπορεί βραχυχρόνια να παρουσιάζει αυτή μια επιβράδυνση σε ό,τι αφορά στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση της, πλην όμως οι μακροχρόνιες προοπτικές είναι καλές. Η αναμενόμενη συνεχής ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής βιομηχανίας βασίζεται στη συνεχή αύξηση του κατά κεφαλή εισοδήματος των λαών, στο χαμηλότερο κόστος των τουριστικών μετακινήσεων, στον αυξα-

νόμενο ελεύθερο χρόνο για ανάπαυλα και ξεκούραση και στις αλλαγές στα γούστα και τις προτιμήσεις των ανθρώπων για ταξίδια αναψυχής και τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες.

Πολλοί υπέρμαχοι του τουρισμού τον είδαν σαν πανάκεια για την επίλυση των αναπτυξιακών προβλημάτων του χώρου, με την πλατειά έννοια του όρου. Η άποψη αυτή κάθε άλλο παρά σαν ρεαλιστική μπορεί να θεωρηθεί και αυτό επειδή τα ωφέληματα από τον τουρισμό είναι δυνατό να συνοδεύονται και από αρνητικές επιπτώσεις. Μια ανασκόπηση μερικών από τα κυριότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που προκαλεί η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας θα δείξει για ποιο λόγο είναι αναγκαίος ένας προσεκτικός προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης.

Τα κυριότερα επιχειρήματα που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

(α) Προσφέρει ευκαιρίες πλήρους και μερικής απασχόλησης για ειδικευμένο και ανειδίκευτο ανθρώπινο δυναμικό και αυτό γιατί πρόκειται για βιομηχανία έντασης εργασίας.

(β) Εφοδιάζει την οικονομία με συναλλαγματικούς πόρους και συγκεκριμένα με σκληρά ξένα νομίσματα που, όπως είναι γνωστό έχουν τουλάχιστον πλήρη εξωτερική μετατρεψιμότητα.

(γ) Αυξάνει τα ατομικά εισοδήματα, ενώ παράλληλα δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα σε πολλές κατηγορίες ανθρώπων.

(δ) Συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος.

(ε) Προϋποθέτει την ανάπτυξη μιας απαραίτητης υποδομής που εκτός του ότι ενισχύει την τουριστική ανάπτυξη, τονώνει παράλληλα τόσο το τοπικό εμπόριο όσο και τη μεταποιητική δραστηριότητα.

(στ) Βοηθά στο να διαφοροποιηθεί μια οικονομία και ιδιαίτερα όταν αυτή είναι παραγωγικά μονόπλευρα προσανατολισμένη.

(ζ) Συνθέτει μια ευνοϊκή σε παγκόσμια κλίμακα εικόνα του τουριστικού προορισμού.

(η) Διευκολύνει τη διαδικασία του εκσυγχρονισμού με τη διαπαιδαγώγηση των νέων και της κοινωνίας, καθώς επίσης με αξίες που αλλάζουν.

(θ) Δημιουργεί τουριστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις που μπορεί να

κάνει χρήση τους και ο τοπικός πληθυσμός που διαφορετικά δεν θα είχε καν τη δυνατότητα να τις αποκτήσει.

(ι) Δίνει την ευκαιρία στους ξένους να εντοπωσιαστούν θετικά από τα θέλγητρα μιας μικρής χώρας ή μιας περιοχής που δεν είναι και τόσο γνωστή.

Αντίθετα, τα κυριότερα επιχειρήματα που δεν συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

(α) Προκαλεί μια υπερβάλλουσα ζήτηση για κάθε είδους αγαθά και υπηρεσίες που οι τουριστικοί προορισμοί κάθε άλλο παρά σε θέση είναι να ικανοποιήσουν.

(β) Προξενεί μεγάλες διαρροές εισοδήματος που δεν επιτρέπουν να προκύψουν σημαντικά οικονομικά ωφελήματα.

(γ) Εκτρέπει επενδυτικά κεφάλαια από πρότυπα ανάπτυξης που εμφανίζουν καλύτερες προοπτικές για κέρδη.

(δ) Δημιουργεί κοινωνικά προβλήματα εξαιτίας των εισοδηματικών διαφορών, των κοινωνικών αντιθέσεων και της αύξησης της εγκληματικότητας και της διαφθοράς.

(ε) Καταστρέφει το φυσικό περιβάλλον και διαταράσσει την οικολογική ισορροπία.

(στ) Υποβαθμίζει λίγο-πολύ τους ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους.

(ζ) Συγκεντρώνει τα μειονεκτήματα της εποχικότητας και κυρίως την περιορισμένη χρονικά παραγωγική δραστηριότητα.

(η) Αυξάνει την ευπάθεια του προϊόντος του σε οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες ή αλλαγές.

(θ) Προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις στην αξία της γης, καθώς επίσης και στην τιμή των ντόπιων αγαθών και υπηρεσιών.

Όπως διαπιστώνεται απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω ο τουρισμός κάθε άλλο παρά πανάκεια να αποτελέσει μπορεί στην αντιμετώπιση των αναπτυξιακών προβλημάτων ενός τόπου, μιας περιφέρειας ή μιας χώρας. Αντίθετα μια υπέρμετρη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να προκαλέσει μόλυνση του περιβάλλοντος, διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας κλπ. και να οδηγήσει τελικά σε μια υποβάθμιση της ποιότητας ζωής παρά σε μια αναβάθμιση της στο χώρο που επιχειρείται αυτή.

Η επίσκεψη ενός τουριστικού προορισμού από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων ταυτόχρονα, δεν μπορεί παρά να δημιουργεί μια σειρά προβλημάτων σε αυτόν, όπως για παράδειγμα μόλυνση της γης, του νερού και της ατμόσφαιρας, που προκαλείται από τις διάφορες παραγωγικές μονάδες που αναπτύσσονται για να παράγουν τουριστικά και άλλα προϊόντα που ικανοποιούν άμεσα ή έμμεσα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, αλλά και από τους ίδιους τους επισκέπτες του τουριστικού προορισμού για τον οποίο ο λόγος ή και τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν κατά την παραμονή τους σε αυτόν για τη μετακίνησή τους.

Επίσης ο μεγάλος αριθμός επισκεπτών σε έναν τουριστικό προορισμό θέτει σε άμεσο κίνδυνο και την ποιότητα της ζωής του γενικά, που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις θα τείνει να υποβαθμίζεται εφόσον δεν παρθούν έγκαιρα τα κατάλληλα μέτρα για να αποτρέψουν κάτι τέτοιο. Η υποβαθμισμένη ζωή όμως σε έναν τουριστικό προορισμό δεν έχει αρνητικές επιπτώσεις μόνο σε αυτούς που κατοικούν μόνιμα σε αυτόν, αλλά και σε αυτούς που τον επισκέπτονται.

Για όλα όσα εκτέθηκαν πιο πάνω δεν μπορεί και δεν πρέπει να καταλογίζονται ευθύνες στον τουρισμό αλλά στην έντονη εμπορευματοποίηση του που συχνά αγγίζει τα όρια της εγκληματικότητας και του παραλογισμού. Ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές και κοινωνικές δυνάμεις στον κόσμο, πλην όμως κυβερνητικοί αξιωματούχοι και επιχειρηματίες πρέπει να σταθμίζουν προσεκτικά τα οικονομικά ωφέληματά του, ιδιαίτερα δε απέναντι σε μια δυνατή μελλοντική υποβάθμιση τόσο των ανθρώπινων όσο και των φυσικών πόρων προτού επιδιωχθεί εκ μέρους τους η ανάπτυξη του, που πάντως πρέπει να γίνεται με μέτρο και σύνεση.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε οποιοδήποτε επίπεδο και αν επιχειρείται, πρέπει να κατευθύνεται από μια προσεκτικά προγραμματισμένη τουριστική πολιτική, η χάραξη της οποίας δεν πρέπει σε καμιά περίπτωση να παραβλέπει τις ιδέες και αρχές της ανθρώπινης ευημερίας και ευτυχίας και κυρίως να μη θυσιάζονται αυτές στο βωμό του γρήγορου και εύκολου κέρδους, όσο μεγάλο και αν είναι αυτό. Τα διάφορα κοινωνικά προβλήματα δεν μπορούν να λυθούν χωρίς την ύπαρξη μιας τουλάχιστον δυναμικά αναπτυσσόμενης οικονομίας. Στη δημιουργία της ο τουρισμός μπορεί χωρίς άλλο να συμβάλει αποφασιστικά. Η εφαρμογή μιας σωστής

αναπτυξιακής πολιτικής στον κλάδο του τουρισμού μπορεί να οδηγήσει σε μια αυξανόμενη σε λογικά πλαίσια εμπορευματοποίηση του και ταυτόχρονα στη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που σε πρώτη θέση αποτέλεσαν πόλο έλξης των επισκεπτών, δηλαδή των τουριστών και εκδρομέων.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει να ληφθούν υπόψη ορισμένα θέματα που μπορεί να προκύψουν εξαιτίας της ή που είναι στενά συνυφασμένα με αυτήν, όπως είναι για παράδειγμα η μόλυνση του περιβάλλοντος, η διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας, η οικοδομική αναρχία, η αρχιτεκτονική ρύπανση, ο καθορισμός της χρήσης της γης, η διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η τουριστική εκπαίδευση, η ανάπτυξη των συγκοινωνιών, η εξοικονόμηση της ενέργειας, η χρηματοδότηση των έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής και άλλα πολλά ακόμα. Για όλα αυτά, ο σωστός προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης κρίνεται εντελώς απαραίτητος και αυτό γιατί συμβάλλει στην αύξηση των ωφελειών που προκύπτουν από τα πλεονεκτήματα του τουρισμού και περιορίζει τις αρνητικές επιπτώσεις των μειονεκτημάτων του.

4. Το πρόγραμμα της τουριστικής ανάπτυξης

Το πρόγραμμα της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί μια αναλυτική και σαφή διατύπωση των τελικών και ενδιάμεσων στόχων του με τον προσδιορισμό συγκεκριμένων ποσοτικών μεγεθών ή αριθμητικών αξιών, καθώς επίσης του χρονικού ορίζοντα στα πλαίσια του οποίου θα επιχειρηθεί από τους φορείς της πολιτικής εξουσίας η επίτευξη τους με τη χρησιμοποίηση αποτελεσματικών μέτρων που έχουν στη διάθεση τους.

Κατά τη φάση της επεξεργασίας του, το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης υποβάλλεται σε έλεγχο αριστοποίησης, εφικτότητας, συνέπειας κλπ., προκειμένου να διαπιστωθεί αν οι τελικοί και ενδιάμεσοι στόχοι που τέθηκαν εξασφάλισαν την άριστη χρησιμοποίηση των τουριστικών πόρων που λίγο-πολύ βρίσκονται σε ανεπάρκεια, αν είναι εφικτοί από άποψης διαθέσιμων συντελεστών τουριστικής παραγωγής, αν είναι συνεπείς μεταξύ τους κλπ.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί μια αποτελεσματική μέθοδο λήψης ορθολογιστικών αποφάσεων από

την πολιτική εξουσία προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο.

Με την κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης πετυχαίνονται κατά κύριο λόγο τα πιο κάτω:

(α) Μειώνεται η αβεβαιότητα ως προς τη μελλοντική εξέλιξη της τουριστικής οικονομίας με τον προσδιορισμό μιας σειράς-στόχων. Έτσι δημιουργείται ένα κλίμα εμπιστοσύνης των μελών του κοινωνικού συνόλου στη μελλοντική ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και στην πολιτική που ασκείται από την πολιτική εξουσία για την ανάπτυξη και πρόοδο της.

(β) Διατυπώνονται με ακρίβεια και σαφήνεια οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής, γεγονός το οποίο συμβάλλει αποφασιστικά στην κινητοποίηση του κοινωνικού συνόλου και κυρίως όλων εκείνων που με οποιοδήποτε τρόπο συμμετέχουν ενεργά στην άσκηση των διάφορων οικονομικών λειτουργιών της τουριστικής οικονομίας.

(γ) Γίνεται δυνατή η εκτίμηση του βαθμού απόκλισης μεταξύ ιδιωτικού και κοινωνικού κόστους και αυτό γιατί με το πρόγραμμα της τουριστικής πολιτικής προσδιορίζεται το μέγεθος της διάστασης μεταξύ βραχυχρόνιων, μεσοχρόνιων και μακροχρόνιων συνθηκών ισορροπίας και καθορίζεται η επιθυμητή από το κοινωνικό σύνολο κατεύθυνση δράσης του κοινού, των επιχειρηματιών, των φορέων της πολιτικής εξουσίας κλπ. Έτσι αποφεύγεται η λήψη αποφάσεων που επηρεάζουν αρνητικά το κοινωνικό σύνολο, εξαιτίας δε αυτού περιορίζεται σημαντικά και το μέγεθος του κοινωνικού κόστους.

(δ) Διευκολύνεται και ενθαρρύνεται η δημόσια κριτική και συζήτηση πάνω στην αναπτυξιακή πολιτική που ασκείται στην τουριστική οικονομία από την πολιτική εξουσία. Έτσι γίνεται δυνατή η διατύπωση απόψεων και θέσεων που συμβάλλουν αποφασιστικά στην αναπτυξιακή πολιτική που ασκείται στην τουριστική οικονομία είτε κατά την αναθεώρηση της είτε κατά τη χάραξη νέας.

Το πρόγραμμα της τουριστικής ανάπτυξης πρέπει απαραίτητα να περιέχει ορισμένα στοιχεία και συγκεκριμένα τα εξής:

(α) Τη διατύπωση των τελικών και ενδιάμεσων στόχων της αναπτυξιακής πολιτικής που ασκείται στην τουριστική οικονομία.

(β) Τον καθορισμό των μέτρων που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των στόχων της αναπτυξιακής πολιτικής που ασκείται στην τουριστική οικονομία.

(γ) Τον προσδιορισμό της χρονικής περιόδου στη διάρκεια της οποίας θα επιχειρηθεί η επίτευξη των στόχων της αναπτυξιακής πολιτικής που ασκείται στην τουριστική οικονομία.

(δ) Τον καθορισμό των προτεραιοτήτων της αναπτυξιακής πολιτικής στην τουριστική οικονομία ως προς την επίτευξη των στόχων της.

(ε) Την επιλογή της στρατηγικής που θα χρησιμοποιηθεί στο πλαίσιο της εφαρμογής της αναπτυξιακής πολιτικής στην τουριστική οικονομία για την επίτευξη των στόχων της.

(στ) Την πληροφόρηση ως προς τους περιοριστικούς παράγοντες ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, τον τρόπο αντιμετώπισης ανεπιθύμητων εξελίξεων σε αυτήν, τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για συμμετοχή στα ωφελήματα της τουριστικής ανάπτυξης κλπ.

5. Ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης

Η πιο ενδεδειγμένη μεθοδολογία προσέγγισης του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης προϋποθέτει να πληρείται τουλάχιστον μια βασική προϋπόθεση: η σύλληψη όλων των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται στην τουριστική οικονομία, σε ορισμένο τόπο και χρόνο, σε ένα μοντέλο γενικής ισορροπίας που προσδιορίζει την άριστη επιλογή σε μεμονωμένους υποκλάδους της οικονομικής δραστηριότητας και γενικότερα σε ολόκληρη την τουριστική οικονομία. Επειδή όμως η αντιμετώπιση του προβλήματος του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης κάθε άλλο παρά σαν εύκολη υπόθεση θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, στην πράξη ακολουθείται μια άλλη που οπωσδήποτε είναι απλούστερη: η εμπειρική μεθοδολογία προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή αναπτύχθηκε μετά το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου στις μικτές οικονομίες του Δυτικού Κόσμου και στηρίζεται σε μια διαδικασία διαδοχικών προσεγγίσεων και σφαλμάτων που ακολουθεί βασικά δέκα στάδια προσέγγισης του προβλήματος του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης και συγκεκριμένα τα πιο κάτω:

5.1. Διάγνωση του επίπεδου ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας

Γίνεται διάγνωση του επίπεδου ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας που επιτεύχθηκε ανεξάρτητα από το αν αυτό πρέπει να χρεωθεί στον προγραμματισμένο παρεμβατισμό της πολιτικής εξουσίας ή στην επενδυτική δραστηριότητα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας ή στις συνδυασμένες ενέργειες και των δυο προς την ίδια κατεύθυνση, δηλαδή προς το σκοπό της συνειδητής τουριστικής ανάπτυξης. Πέρα από αυτό, όμως, επιδιώκεται να διαπιστωθούν και αναλυθούν οι λόγοι για τους οποίους δεν μπόρεσαν να επιτευχθούν στόχοι που είχαν στο παρελθόν καθοριστεί από την πολιτική εξουσία και αυτό βασικά για να μην επαναληφθούν λαθεμένες ενέργειες του παρελθόντος, που κόστισαν χρήματα αλλά και πολύτιμο χρόνο. Και ακόμα για να βοηθηθεί η πολιτική εξουσία να διατυπώσει ορθολογιστικά την πολιτική τουριστικής ανάπτυξης που επιθυμεί να εφαρμόσει, προκειμένου να πετύχει τους στόχους που θέλει, δηλαδή το συγκεκριμένο επίπεδο ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας σε ορισμένο τόπο και σε ορισμένη χρονική περίοδο.

5.2. Αξιολόγηση της θέσης της τουριστικής οικονομίας στην οικονομία

Αξιολογείται η θέση της τουριστικής οικονομίας στην οικονομία με βάση ορισμένα κριτήρια, όπως είναι π.χ. η ποσοστιαία συμμετοχή του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος στη σύνθεση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, ο αριθμός των θέσεων πλήρους και μερικής απασχόλησης που δημιουργεί η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας, τα συναλλαγματικά έσοδα που εισρέουν από την παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουριστικού εισοδήματος σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, η συμβολή του τουριστικού συναλλάγματος στον περιορισμό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών, οι επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση των άλλων κλάδων και υποκλάδων οικονομικής δραστηριότητας και κατ' επέκταση στην οικονομία στο σύνολο της. Από την ορθότητα και αντικειμενικότητα της αξιολόγησης αυτής θα εξαρτηθεί αν και κατά πόσο η διαπίστωση ευκαιριών ή δυσκολιών συνηγορούν για μια αναθεώρηση της υιοθετημένης πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης και κατ' επέκταση για μια τροποποίηση του εφαρμοζόμενου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Οποιαδήποτε, όμως,

μεταβολή αποφασιστεί σε αυτή, θα πρέπει απαραίτητα να ληφθεί μέριμνα, ώστε και πάλι να μη διαταραχτεί η αρμονική και ισόρροπη ανάπτυξη του τουρισμού με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια της και τη βιομηχανία.

5.3. Απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας

Πραγματοποιείται απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας, που κατά κανόνα δεν επαρκούν για να ικανοποιήσουν ταυτόχρονα όλες τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες καθενός ανθρώπου χωριστά και όλων μαζί. Στους πόρους της τουριστικής οικονομίας, που όταν χρησιμοποιούνται συλλογικά χαρακτηρίζονται, όπως είναι γνωστό, σαν παραγωγικοί συντελεστές της, περιλαμβάνονται κάθε είδους εδαφικές εκτάσεις που έχουν αναπτυχθεί τουριστικά, ανθρώπινο δυναμικό ειδικευμένο στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων, κέντρα διακοπών, τουριστικές εγκαταστάσεις, εξοπλισμοί τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικοί επιχειρηματίες κλπ. Στο σημείο αυτό κρίνεται αναγκαίο να τονιστεί εντελώς ιδιαίτερα η σημασία της απογραφής των πόρων της τουριστικής οικονομίας για το σωστό προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης, γιατί χωρίς αυτήν είναι αναμφίβολο αν οι στόχοι που θα καθόριζε η πολιτική εξουσία θα ήταν αυτοί που θα μπορούσαν να είναι ή μάλλον που θα έπρεπε να είναι.

5.4. Διερεύνηση των δυνατοτήτων μιας παραπέρα ανάπτυξης

Διερευνώνται οι δυνατότητες που υπάρχουν για μια παραπέρα ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας τόσο από ποσοτικής, όσο και από ποιοτικής άποψης, ενώ παράλληλα επισημαίνονται οι κυριότερες αδυναμίες της και γενικότερα τα κρίσιμα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή με την εκτίμηση των υφιστάμενων συνθηκών ως προς τους διαθέσιμους τουριστικούς πόρους. Κύριο μέλημα της πολιτικής εξουσίας σε αυτό το στάδιο του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης είναι, όπως ήδη επώθηκε, η διερεύνηση των δυνατοτήτων που υπάρχουν για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, με το σαφή προσδιορισμό των περιοριστικών προϊόντων και των συντελεστών παραγωγής τους εξαιτίας των ατελειών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς. Αυτά επιτυχαίνονται με την πραγματοποίηση ερευνών και την

εκπόνηση μελετών και αυτό γιατί τα πορίσματα τους επιτρέπουν την κατά προσέγγιση εκτίμηση των δυνατοτήτων που υπάρχουν για μια περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας προς την επιθυμητή κατεύθυνση και με τους επιθυμητούς ρυθμούς.

5.5. Διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης

Η διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης παρέχει τις κατευθυντήριες γραμμές οι οποίες διαμορφώνουν την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας. Την πολιτική τουριστικής ανάπτυξης διακρίνουν συνήθως τρεις θεμελιώδεις σκοποί και συγκεκριμένα οι εξής: (α) της ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών, (β) της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών και (γ) της επίτευξης ικανοποιητικής ανταμοιβής όλων όσων μοχθούν για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και εντελώς ιδιαίτερα αυτών που προωθούν την τουριστική ανάπτυξη, καθώς και αυτών που επενδύουν στην τουριστική βιομηχανία.

Αν με το πέρασμα του χρόνου διαπιστωθεί η ανάγκη χάραξης και εφαρμογής μιας νέας πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης, τότε θα πρέπει να διερευνηθούν νέες μορφές τουριστικής ανάπτυξης και να καθοριστούν νέοι στόχοι, αφού προηγουμένα ληφθούν υπόψη οι υφιστάμενοι τουριστικοί πόροι και οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται για την επικερδή εκμετάλλευσή τους. Οι στόχοι αυτοί, όμως, επιβάλλεται να αντανακλούν όχι μόνο τις προτεραιότητες που τίθενται σε εθνικό επίπεδο, αλλά και να εξασφαλίσουν την επιβίωση του ίδιου του τουρισμού, σαν σημαντικού κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, σε μακριά προοπτική. Ενδεχόμενα αυτό να δημιουργεί την εντύπωση ότι λαμβάνεται μια πάρα πολύ υποκειμενική στάση υπέρ του τουρισμού, πλην όμως δεν πρέπει σε καμιά περίπτωση να λησμονείται ότι μόνο μια σταθερή και καλά εδραιωμένη τουριστική βιομηχανία μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην εθνική, περιφερειακή και τοπική οικονομική ανάπτυξη. Η διατύπωση μιας αποτελεσματικής πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης προϋποθέτει τόσο μια αποσαφήνιση των βασικών στόχων της, όσο και τη διασφάλιση της εναρμόνισής τους και τούτο γιατί η προσπάθεια μεγιστοποίησης ενός στόχου τουριστικής ανάπτυξης ενδέχεται να επιτευχθεί μεν, αλλά σε βάρος ενός άλλου στόχου της.

5.6. Καθορισμός της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης

Στον καθορισμό της στρατηγικής της τουριστικής ανάπτυξης, η έμφαση μετατοπίζεται στα μέσα που προσφέρονται για την ανάπτυξη τουριστικών πόρων, προκειμένου αυτοί να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων που σκιαγραφήθηκαν στη διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης. Το πρώτο βήμα που πρέπει να γίνει εδώ είναι να συνδυαστεί η τουριστική προσφορά με την τουριστική ζήτηση και να αξιολογηθούν οι τουριστικές αγορές. Μεγάλη προσοχή, όμως, πρέπει να δοθεί στον ανταγωνισμό των τουριστικών προϊόντων και αγορών που διαπιστώθηκε, καθώς επίσης στους οικονομικούς, κοινωνικούς και τεχνολογικούς πόρους που θα απαιτηθούν για να αναπτυχθούν. Εναλλακτικές στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης μπορούν τότε να αποτιμηθούν υπό το φως των στόχων που καθορίστηκαν από την πολιτική εξουσία και των επιχειρησιακών εκτιμήσεων που πρέπει να ακολουθηθούν, έτσι ώστε να μπορεί να καθοριστεί μια τελική στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης με συγκεκριμένους στόχους και συγκεκριμένα μέτρα με τα οποία θα επιχειρηθεί η επίτευξη τους.

5.7. Επεξεργασία των επιλογών της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης

Αρχικά γίνεται από τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες μια πρώτη επεξεργασία των επιλογών της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης σε ό,τι αφορά στους επιθυμητούς στόχους από άποψης εφικτότητας και συνέπειας, προς το σκοπό της εξασφάλισης του άριστου ρυθμού τουριστικής ανάπτυξης. Αυτός κατά κανόνα προσδιορίζεται από τον άριστο ρυθμό αποταμιεύσεων που είναι αναγκαίος για τη χρηματοδότηση των παραγωγικών επενδύσεων στην αναπτυσσόμενη τουριστική οικονομία, αλλά και από άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι το ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται στην τουριστική βιομηχανία, τα συναλλαγματικά έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών κλπ. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η επεξεργασία αυτή δεν αναφέρεται μόνο στις επιλογές της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης, αλλά επίσης (α) στην αριστοποίηση των διαθέσιμων πόρων της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας μεταξύ κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών προϊόντων από άποψης

κατανομής τους στη διάρκεια του χρόνου, (β) στον έλεγχο της εφικτότητας των στόχων της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης από άποψης διαθέσιμων πόρων της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και (γ) στον έλεγχο της συνέπειας των στόχων της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης σε ό,τι αφορά στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων, μεταξύ των διάφορων υποκλάδων της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας, από άποψης ζήτησης, περιφερειακής κατανομής κλπ. Στη συνέχεια, όμως, γίνεται και μια λεπτομερέστερη επεξεργασία των επιλογών της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης που έγιναν από την πολιτική εξουσία και συγκεκριμένα με την εκπόνηση ειδικών μελετών που θα χρειαστούν, οπωσδήποτε, στη συνέχεια για την κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Η επεξεργασία των επιλογών για τις οποίες ο λόγος γίνεται κατά υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και κατά γεωγραφικές περιφέρειες με τη συγκρότηση ειδικών επιτροπών και ομάδων εργασίας από τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες. Τόσο η επεξεργασία των επιλογών που αποφάσισε να κάνει η πολιτική εξουσία, όσο και η εκπόνηση ειδικών μελετών που εξυπηρετούν το σκοπό αυτό δεν γίνονται συμπτωματικά και ανεξέλεγκτα, αλλά με σαφείς υποθέσεις επεξεργασίας που έχουν εγκριθεί από την πολιτική εξουσία, καθώς επίσης με βάση ένα σχέδιο προδιαγραφών των αντικειμένων που θα διερευνηθούν, κατά περίπτωση, σε κάθε υποκλάδο οικονομικής δραστηριότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και σε κάθε γεωγραφική περιφέρεια.

5.8. Κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Γίνεται συνήθως κάτω από την εποπτεία μιας αρμόδιας για τον προγραμματισμό κρατικής υπηρεσίας, αφού προηγούμενα εκπονηθούν, όπως ήδη ειπώθηκε, οι ειδικές προς το σκοπό αυτό μελέτες από επιτροπές και ομάδες εργασίας τεχνοκρατών, ειδικών επιστημόνων και εμπειρογνώμωνων. Η κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης αποτελείται βασικά από την εναρμόνιση της μικροτουριστικής επεξεργασίας του προς την αντίστοιχη μακροτουριστική επεξεργασία του και αντίστροφα σε ένα συνεπές σύνολο. Στο στάδιο αυτό η επεξεργασία του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης ενδέχεται να οδηγήσει σε μια αναθεώρηση και επανεκτίμηση των βασικών στόχων που είχαν καθοριστεί από την πολιτική εξουσία. Αν συμβεί

αυτό, τα νεότερα στοιχεία που θα προκύψουν θα πρέπει και πάλι να τεθούν υπόψη της πολιτικής εξουσίας, που όπως ειπώθηκε ανήκει κατ' αποκλειστικότητα το προνόμιο και η ευθύνη του καθορισμού των στόχων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Ας σημειωθεί ότι από τη στιγμή που η πολιτική εξουσία επιλέξει τον άριστο συνδυασμό στόχων γίνονται αυτοί οι βασικοί στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και ταυτόχρονα ο πυρήνας της παραπέρα επεξεργασίας του. Κατά συνέπεια είναι ολοφάνερο ότι ενώ η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας των στόχων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης γίνεται από τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες, η ευθύνη του καθορισμού τους ανήκει όμως αποκλειστικά και μόνο στην πολιτική εξουσία, δηλαδή την εκάστοτε κυβέρνηση.

5.9. Έγκριση κύρωση και εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Εγκρίνεται από την πολιτική εξουσία το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης και στη συνέχεια προωθείται αυτό μεμονωμένα, σαν κλαδικό πρόγραμμα ανάπτυξης ή ενσωματωμένο στο γενικό πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης στο κοινοβούλιο για κύρωση, μετά την οποία αποκτά αυτό νομική υπόσταση και μπορεί πλέον να τεθεί αμέσως σε εφαρμογή. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι η μεμονωμένη προώθηση του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης κάθε άλλο παρά επιστημονικό τρόπο οργάνωσης ενός σύγχρονου κράτους αποτελεί. Η ολοκληρωμένη θεώρηση της οικονομικής δραστηριότητας ενός σύγχρονου κράτους κάνει σήμερα επιτακτικότερη παρά ποτέ την αποδοχή της έννοιας του ολοκληρωμένου οικονομικού προγραμματισμού, με τον οποίο διαγράφεται η εσκεμμένη ρυθμιστική παρέμβαση της πολιτικής εξουσίας σε όλους, γενικά, τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας των τομέων της οικονομίας ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση κατά τρόπον απόλυτο και ενιαίο. Αυτό ισχύει εντελώς ιδιαίτερα για τα αναπτυσσόμενα κράτη, δηλαδή αυτά που για ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν ακόμα κατορθώσει να σπάσουν κάποιο γενικής αποδοχής νοητό φράγμα οικονομικής υπανάπτυξης. Ας σημειωθεί ότι με τον ολοκληρωμένο οικονομικό προγραμματισμό διασφαλίζεται, εκτός άλλων, η αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως με αυτούς που χαρακτηρίζο-

νται σαν βασικοί, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία.

5.10. Παρακολούθηση και έλεγχος της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Κυρώνοντας το κοινοβούλιο το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτό εγκρίθηκε από την πολιτική εξουσία, δηλαδή από την εκάστοτε κυβέρνηση, ή τροποποιημένο μετά τη συζήτηση και ψήφισή του στο κοινοβούλιο είτε μεμονωμένα σαν κλαδικό αναπτυξιακό πρόγραμμα είτε ενσωματωμένο στο γενικό οικονομικό πρόγραμμα ανάπτυξης, ακολουθεί το στάδιο της δημιουργίας και οργάνωσης ενός μηχανισμού παρακολούθησης και έλεγχου της εφαρμογής του. Το στάδιο αυτό του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης, που ως σημειωθεί είναι το τελευταίο, περιλαμβάνει τη χρονική κλιμάκωση της εφαρμογής των προγραμματισμένων μέτρων και θεσμικών αλλαγών με βάση ένα χρονοδιάγραμμα, καθώς επίσης τη δημιουργία ενός μηχανισμού, όπως ήδη ειπώθηκε, παρακολούθησης και έλεγχου της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης με προδιαγραφμένες τις δικαιοδοσίες και αρμοδιότητες του. Στο σημείο αυτό, όμως, θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η ευθύνη για την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης δεν ανήκει στους τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες, αλλά αποκλειστικά και μόνο στην πολιτική εξουσία. Οι πρώτοι, δηλαδή οι τεχνοκράτες κλπ., περιορίζονται, αρχικά, στο να παρακολουθούν την εφαρμογή του, στη συνέχεια δε και σε συνεργασία, πάντα, με τη δημόσια διοίκηση αποφασίζουν αν και κατά πόσο πρέπει να υποβληθούν εκ μέρους τους προτάσεις στην πολιτική εξουσία για την αναθεώρηση και αναπροσαρμογή των στόχων του στις νέες συνθήκες που στο μεταξύ διαμορφώθηκαν, ώστε να ανακτήσει αυτό τη χαμένη αποτελεσματικότητά του.

6. Σκοποί και στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να επιδιώκει κατά κύριο λόγο την επίτευξη των πιο κάτω σκοπών:

(α) Την παροχή ενός πλαισίου για την αύξηση του εισοδήματος και κατ' επέκταση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων που κατοικούν μόνιμα σε έναν του-

ριστικό προορισμό διαμέσου των οικονομικών ωφελειών που προκύπτουν από τον τουρισμό.

(β) Τη δημιουργία της αναγκαίας τουριστικής υποδομής και ανωδομής που θα επιτρέψει την ομαλή και απρόσκοπτη ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας ενός τουριστικού προορισμού.

(γ) Την εφαρμογή του κατάλληλου τύπου ανάπτυξης σε ζώνες τουριστικής ανάπτυξης, κέντρα διακοπών, θέρετρα κλπ., έτσι ώστε να αποφεύγεται η μόλυνση του περιβάλλοντος, η διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας και η υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων σε έναν τουριστικό προορισμό.

(δ) Τη συγκοινωνιακή σύνδεση ενός τουριστικού προορισμού με τις σημαντικότερες τουλάχιστον τουριστικές αγορές και με όσο το δυνατό περισσότερα συγκοινωνιακά μέσα γίνεται, καθώς επίσης την ανάπτυξη ή και βελτίωση του εσωτερικού συγκοινωνιακού δικτύου.

(ε) Την εξασφάλιση συνεχούς ροής επενδυτικών κεφαλαίων στην τουριστική οικονομία ενός τουριστικού προορισμού, για την αύξηση, επέκταση, συμπλήρωση και ανανέωση των κτιριακών της εγκαταστάσεων και του λοιπού κεφαλαιουχικού της εξοπλισμού.

(στ) Την προσφορά των ποσοτήτων, ποικιλιών και ποιοτήτων τουριστικών προϊόντων που ζητούνται από τους τουρίστες σε έναν τουριστικό προορισμό για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

(ζ) Την εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που χρειάζεται για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε έναν τουριστικό προορισμό και την κατάλληλη διαπαιδαγώγηση του πληθυσμού του ώστε να αποκτήσει τουριστική συνείδηση.

(η) Τη διατήρηση των τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε έναν τουριστικό προορισμό σε σταθερά επίπεδα και αυτό γιατί η αύξηση της τιμής τους έχει την ίδια επίπτωση που έχει η μείωση του εισοδήματος του πιθανού τουρίστα.

(θ) Τη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης ή και ωφέλειας των τουριστών που προκύπτει από την κατανάλωση ή χρήση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

7. Προβλήματα κατά την εφαρμογή του προγράμματος

Η εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης αναμφίβολα αποτελεί ένα από τα κρισιμότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η πολιτική εξουσία και εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης, από τη μια πλευρά με τον καθορισμό και την οργάνωση των φορέων που θα αναλάβουν υπεύθυνα την παρακολούθηση και τον έλεγχο της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και από την άλλη πλευρά με τη χρονική κλιμάκωση των μέτρων που θα παρθούν και των θεσμικών αλλαγών που θα γίνουν ώστε να επιτευχθούν οι επιθυμητοί στόχοι.

Το κεντρικό πρόβλημα της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης τίθεται βασικά όπως πιο κάτω: η πολιτική εξουσία είτε με δηλώσεις της που αναφέρονται στην αντιμετώπιση διάφορων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης της, το ψηλό ποσοστό ανεργίας ή και υποαπασχόλησης στον τουρισμό, η ανεπάρκεια των τουριστικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής κλπ., δημιουργούν αναπόφευκτα ορισμένες προσδοκίες σε όλους εκείνους που με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας. Όπως συμβαίνει όμως τις περισσότερες φορές οι προσδοκίες αυτές δεν ικανοποιούνται όλες και κυρίως στον επιθυμητό βαθμό, με αποτέλεσμα να εμφανίζεται ένα χάσμα μεταξύ προσδοκιών και επιτεύξεων ή να παρατηρούνται αποκλίσεις μεταξύ αυτών που προγραμματίστηκαν και αυτών που τελικά πραγματοποιήθηκαν. Το χάσμα αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στο γεγονός ότι όταν καταρτίζονται τα διάφορα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης από τους τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες ή όταν γίνονται κάποιες δηλώσεις από την πολιτική εξουσία σχετικά με την επίλυση κάποιων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, όπως για παράδειγμα αυτό της τουριστικής ανάπτυξης, ξεχνιούνται για μια στιγμή ή δεν λαμβάνονται σοβαρά υπόψη τα άπειρα και πολλές φορές περίπλοκα προβλήματα που παρουσιάζει τόσο η εφαρμογή όσο και η υλοποίηση των προγραμμάτων αυτών.

Με τον καθορισμό των στόχων και την επιλογή των μέτρων στο πρόγραμμα της τουριστικής ανάπτυξης παρουσιάζεται έντονα το πρόβλημα της εφαρμο-

γής του και κατ' επέκταση της υλοποίησης του. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνει ότι η εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης δεν αποτελεί ξεχωριστή δραστηριότητα της πολιτικής εξουσίας, αλλά βασικό στοιχείο που εντάσσεται στο περιεχόμενο της πολιτικής που ασκείται για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και προσδιορίζει την ολοκληρωμένη έννοια της. Με άλλα λόγια το πρόβλημα της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, δηλαδή της εκτέλεσης του, συνδέεται άμεσα με το πρόβλημα της διατύπωσης της τουριστικής πολιτικής.

Αν η τουριστική ανάπτυξη, που επιθυμεί η πολιτική εξουσία να εφαρμοστεί, είναι διατυπωμένη με ακρίβεια και σαφήνεια στο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης, τότε το θέμα της εφαρμογής της αναφέρεται στην εκτέλεση του. Τα κυριότερα προβλήματα που συνήθως παρουσιάζονται κατά το στάδιο της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, δηλαδή της εκτέλεσης του, συνοψίζονται όπως πιο κάτω:

(α) Η δημιουργία ενός κατάλληλου μηχανισμού εφαρμογής, παρακολούθησης και έλεγχου του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης.

(β) Η χρονική κλιμάκωση των μέτρων που θα εφαρμοστούν και των θεσμικών αλλαγών που θα γίνουν για να επιτευχθούν οι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης.

(γ) Ο προσδιορισμός της διαδικασίας για την αναθεώρηση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και την επανεκτίμηση των αρχικών στόχων του.

(δ) Ο καθορισμός του βαθμού συγκέντρωσης και αποκέντρωσης στη διαδικασία λήψης αποφάσεων μεταξύ κεντρικών και περιφερειακών φορέων της πολιτικής εξουσίας.

(ε) Η οργάνωση της διαδικασίας επισήμανσης, προπαρασκευής, αξιολόγησης και εκτέλεσης των σχεδίων τουριστικών επενδύσεων στην τουριστική οικονομία, με βάση τις σχετικές προτάσεις που υποβάλλονται από διάφορες υπηρεσίες στους αρμόδιους για την επιλογή τους φορείς.

(στ) Ο προσδιορισμός με ακρίβεια και σαφήνεια του ρόλου που θα διαδραματίσει τόσο το κράτος όσο και η ιδιωτική πρωτοβουλία στην εφαρμογή του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης με την κινητοποίηση και των δυο προς την

επιθυμητή κατεύθυνση.

Όπως ήδη ειπώθηκε η ευθύνη της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη ανήκει αποκλειστικά και μόνο στην πολιτική εξουσία. Παρ' όλα αυτά οι αρμόδιοι για τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να συμβάλουν αποφασιστικά στην αποτελεσματική εφαρμογή της, όχι μόνο με την υπόδειξη ρεαλιστικών και πραγματοποιήσιμων επιλογών, αλλά κυρίως με την παρουσίαση τους κατά τρόπο απλό, σαφή και κατανοητό. Σε τελευταία ανάλυση η ευθύνη για την εφαρμογή της επιθυμητής πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη δεν ανήκει μόνο στην πολιτική εξουσία αλλά και σε όλους τους άμεσα ενδιαφερόμενους, δηλαδή αυτούς που με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας.

8. Η εκτίμηση του αποτελέσματος από την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Ένα θέμα μεγάλης σημασίας που συνδέεται στενά με την τουριστική ανάπτυξη είναι η δυνατότητα που υπάρχει για να μετρήσει κανείς την ανάπτυξη που συντελέστηκε στην τουριστική οικονομία από της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Χωρίς τη δυνατότητα να μετρηθεί το μέγεθος και ο ρυθμός της τουριστικής ανάπτυξης που επιτεύχθηκε στο διάστημα της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και κυρίως χωρίς να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο επιτεύχθηκαν οι στόχοι του, είναι αδύνατο να καταλήξει κανείς σε συμπεράσματα και πολύ περισσότερο να κάνει προβλέψεις για μελλοντικές εξελίξεις στην τουριστική οικονομία σχετικά με την αναπτυξιακή της πορεία.

Για να μετρηθεί ο ρυθμός με τον οποίο μια τουριστική οικονομία αναπτύσσεται είναι αναγκαίο να χρησιμοποιηθεί κάποιο μέτρο. Αφού όπως ήδη επισημάνθηκε η τουριστική ανάπτυξη συνεπάγεται αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας, σαν μέτρο για τη μέτρηση της διαχρονικής ανάπτυξης χρησιμοποιείται συνήθως ο ρυθμός αύξησης του πραγματικού προϊόντος ή εισοδήματος της τουριστικής οικονομίας. Κατά συνέπεια η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας μπορεί να εκφραστεί σαν διαχρονική μεταβολή στο πραγματικό τουριστικό προϊόν ή εισόδημα της και με αυτόν τον τρόπο να δειχτεί κατά κύριο λόγο η αύξηση

της τουριστικής παραγωγής μιας χώρας σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Ας σημειωθεί ότι ο δείκτης τουριστικής ανάπτυξης για τον οποίο ο λόγος πρέπει να εκφράζει πραγματικές μεταβολές στο πραγματικό τουριστικό προϊόν ή εισόδημα και όχι απλές χρηματικές μεταβολές που, όπως είναι γνωστό, προκαλούνται από μεταβολές του επιπέδου των τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που προφέρονται στους τουρίστες μέσω των τουριστικών αγορών για κατανάλωση ή χρήση και κατ' επέκταση για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών.

Για να ήταν δυνατή η σωστή μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης θα έπρεπε να μπορούσε κανείς να μετρήσει με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ακρίβεια γίνονταν την οργανική ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή την αύξηση της παραγωγικής ικανότητας των διάφορων μεμονωμένων τουριστικών μονάδων και κατ' επέκταση του συνόλου τους. Τέτοια στοιχεία όμως δυστυχώς δεν υπάρχουν και αυτό γιατί είναι δύσκολο να συγκεντρωθούν. Έτσι λοιπόν παρά το γεγονός ότι θεωρητικά η τουριστική ανάπτυξη αναφέρεται στην αύξηση του πραγματικού τουριστικού προϊόντος ή εισοδήματος κάτω από συνθήκες πλήρους απασχόλησης στην τουριστική οικονομία, στην πράξη τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης σε μια ορισμένη χρονική περίοδο είναι ιστορικά, δηλαδή προσδιορίζουν ποιες ποσοτικές μεταβολές έγιναν στο παρελθόν στην τουριστική οικονομία, αλλά δεν διευκρινίζουν αν σε αυτή, δηλαδή την τουριστική οικονομία, επικρατούσαν τότε συνθήκες πλήρους απασχόλησης. Κατά συνέπεια οποιαδήποτε αύξηση στο πραγματικό τουριστικό προϊόν ή εισόδημα που πραγματοποιήθηκε σε μια ορισμένη χρονική περίοδο δεν είναι απαραίτητο να συμπίπτει με την ποσοστιαία αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της τουριστικής οικονομίας στην ίδια χρονική περίοδο που δεν μπόρεσε να βεβαιωθεί και καταγραφεί. Παρ' όλα αυτά όμως δεν είναι λίγες οι φορές που τα ιστορικά αυτά στοιχεία μεταβολής του πραγματικού τουριστικού προϊόντος ή εισοδήματος χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση του ρυθμού τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επίσης τον υπολογισμό μακροχρόνιων αναπτυξιακών τάσεων στην τουριστική οικονομία και κατ' επέκταση την αποτόλμηση προβλέψεων σχετικά με τη μελλοντική ανάπτυξη της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Ηγουμενάκης Νίκος: «Τουριστική Οικονομία», τόμος Α & Β εκδόσεις interbooks, Αθήνα1997
- 2) Ηγουμενάκης Νίκος: «Τουριστική Πολιτική», Β' έκδοση, εκδόσεις interbooks, Αθήνα1990
- 3) Ηγουμενάκης Νίκος: «Τουριστικό Μάρκετινγκ», τόμος Α & Β εκδόσεις interbooks, Αθήνα1997
- 4) Καρσούλας Γεώργιος: «Έρευνα Αγοράς και Αναπτύξεων Πωλήσεων», εκδόσεις ΟΕΔΒ, Αθήνα 1985
- 5) Λύτρας Περικλής: «Τουριστική Ανάπτυξη», εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1993
- 6) Λύτρας Περικλής: «Τουριστική Ανάπτυξη-Υποδομή-Εκπαίδευση-Περιβάλλον», εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα1997
- 7) Λύτρας Περικλής: «Τουριστική ψυχολογία», εκδόσεις interbooks, Αθήνα1997