

MEZOVOLFI 2004



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΔΥΝΑΜΙΚΟΣ ΚΑΛΑΔΟΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΩΣ

Η ΤΟΥΡΠΙΣΤΙΚΗ

MEZOVOLFI 2004

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Σχολή : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Τμήμα : ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΥΝ. ΟΡΓΑΝΩΝ & ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ :

**‘Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΩΣ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ’**

Εκπονητές :

<u>ΟΝΟΜΑ</u>	<u>Α.Μ.</u>
ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΠΑΝΤΕΛΗΣ	8119
ΡΕΡΡΑΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	8020
ΡΗΓΟΓΙΑΝΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ	8591

Καθηγητής :

Πάνου Γεώργιος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	σελ.
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
1.1 Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού.....	9
1.2 Σημασία του τουρισμού.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ	
2.1 Εισαγωγή στα θέματα τουριστικής υποδομής.....	13
2.2 Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης και σε τι αποβλέπει.....	17
2.3 Η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης και πως πρέπει να επιχειρείται.....	22
2.4 Οι λόγοι που επιβάλλουν τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης.....	24
2.5 Τουριστική παιδεία.....	28
2.6 Ο τουρισμός ως αναπτυξιακή προτεραιότητα.....	32
2.7 Η μεθοδολογική προσέγγιση του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης.....	36
2.8 Οι κυριότεροι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΦΟΡΑ –ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ	
3.1 Οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων.....	43
3.2 Τουριστικό προϊόν-εισόδημα.....	44
3.3 Τα τουριστικά αγαθά.....	46
3.4 Οι προσδοκίες για εισόδημα – τιμές τουριστικών αγαθών.....	51
3.5 Ο ελεύθερος χρόνος για τουρισμό.....	51
3.6 Η τουριστική αγορά.....	53

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

7.1 Η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.....	131
7.2 Η ποιοτική βελτίωση της τουριστικής πελατείας.....	132
7.3 Η δημιουργία νέων τύπων τουριστικών καταλυμάτων.....	133
7.4 Η βελτίωση των ε των αεροδρομίων	
7.5 Η απρόσκοπτη τρο	
7.6 Η αναβάθμιση τω	
7.7 Η ποσοτική και πα	

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

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' εξοχήν τουριστικές, οδήγησε εμπειρογνώμονες του τουρισμού αλλά και επιστήμονες διαφόρων 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 αγαθών 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 αγαθών που χρειάζονται για την ικανοποίησή τους παρουσιάζουν ορισμένες ιδιαιτερότητες, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός σαν κλάδος παραγωγικής 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 αναπτύσσονται κατά τη διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών, η αυτοτέλεια της οποίας με το πέρασμα του χρόνου γίνεται ολοένα και σαφέστερη.

Στη συγκεκριμένη εργασία λοιπόν θα ασχοληθούμε με την τουριστική οικονομία και θα την αναλύσουμε ως δυναμικό κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας.

Αφού εξετάσουμε εννοιολογικά το φαινόμενο του τουρισμού, παρατηρήσουμε την εξέλιξή του και εξάρουμε τη σημασία του, στο πρώτο κεφάλαιο, θα προχωρήσουμε στο δεύτερο, όπου θα δούμε τον προγραμματισμό και την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας. Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε τους λόγους που επιβάλλουν τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης, θα προβάλλουμε τη σημασία της αλλά και πως πρέπει να επιχειρείται αλλά και σε τι τελικά αποβλέπει. Θα αναδείξουμε γιατί τελικά ο τουρισμός αποτελεί αναπτυξιακή προτεραιότητα, ποιοι είναι οι κυριότεροι στόχοι της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και τη μεθοδολογική προσέγγιση αυτού του προγραμματισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τις επιμέρους παραμέτρους που διέπουν τον τουρισμό όπως είναι η προσφορά και ζήτηση των τουριστικών αγαθών. Θα συζητήσουμε για τις τουριστικές ανάγκες των ανθρώπων, τον συσχετισμό που υπάρχει μεταξύ τουριστικού προϊόντος και εισοδήματος ή προσδοκιών ή και ελεύθερου χρόνου, όπως επίσης και τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο προϊόν και στις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, όπου είναι και το κυρίως θέμα της εργασίας, αφού αρχικά αναδεικνύονται εννοιολογικά το περιεχόμενο και η χρησιμότητα της τουριστικής οικονομίας, αναλύεται ποιο είναι το αντικείμενό της καθώς και οι βασικές διακρίσεις που τη διέπουν. Βλέπουμε επίσης τη σχέση που υπάρχει μεταξύ οικονομικής και τουριστικής οικονομίας καθώς και τη σχέση της τουριστικής και των άλλων επιστημονικών κλάδων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την τουριστική παραγωγή, αντιμετωπίζουμε τις τουριστικές επιχειρήσεις σαν παραγωγικές μονάδες και βλέπουμε τις διακρίσεις μεταξύ τους, καθώς επίσης και τις τάσεις συγκέντρωσης της παραγωγικής δραστηριότητας που επικρατούν στο συγκεκριμένο χώρο.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται η οικονομική ανάλυση των τάσεων του τουρισμού. Γίνεται λόγος για την συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο, για τις προϋποθέσεις που πρέπει να έχει για να γίνει αποδοτικότερη, για τις πολλαπλασιαστικές του επιδράσεις, αλλά και για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να λύσουν οικονομικά και άλλα προβλήματα.

Τέλος, στο έβδομο κεφάλαιο, γίνεται μια σοβαρή προσέγγιση για τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομική δραστηριότητα και το περιβάλλον. Προσεγγίζουμε τις επιπτώσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, πως θα γίνει η βελτίωση της τουριστικής πελατείας, πως θα γίνει η δημιουργία νέου τύπου τουρισμού, πως θα βοηθήσει η βελτίωση των συγκοινωνιών αλλά και η αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών και των μέσων ψυχαγωγίας.

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 εξοικειώσει 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 ανάπτυξή της σε ένα

τουριστικό προορισμό. 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 πως συμπεριφέρεται ο τουρίστας και πως προκαλείται εκ μέρους του η ζήτηση τουριστικών αγαθών, ποιες βασικές αρχές διέπουν την τουριστική παραγωγή, ποιοι είναι οι βασικοί συντελεστές παραγωγής του τουριστικού προϊόντος, πως διαμορφώνεται το κόστος παραγωγής τουριστικών αγαθών και πως γίνεται η προσφορά τους, πως μετριέται και προβλέπεται η τουριστική ζήτηση και πως προσαρμόζεται η τουριστική προσφορά σε αυτήν, πως προσδιορίζεται η τιμή και ποσότητα ισορροπίας στην αγορά ενός τουριστικού αγαθού και ακόμα πως αναπτύσσεται η τουριστική οικονομία και πως προγραμματίζεται η ανάπτυξή της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού

Τουρισμός. Ένα παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα για πολλές περιοχές, κάτι που αφορά το σύνολο σχεδόν των κοινωνιών των ανεπτυγμένων χωρών καθώς ικανοποιεί την ανάγκη για "απόδραση" από την καθημερινότητα, την επιθυμία για επαφή με τη φύση, τη περιέργεια για άλλους τόπους και πολιτισμούς, την ανάγκη για ξεκούραση, διασκέδαση και αναψυχή.(Κοκκώσης 1995 σ.35)

Σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη ο τουρισμός ορίζεται ως το «άθροισμα των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση των τουριστών, των επιχειρηματιών που παρέχουν υπηρεσίες, των κυβερνήσεων των χωρών υποδοχής κατά τη διάρκεια προσέλευσης και φιλοξενίας των τουριστών και επισκεπτών».(Council of Europe, 1995)

Από το 1950 μέχρι το 1994 ο διεθνής τουρισμός αυξήθηκε σχεδόν 20 φορές ξεπερνώντας τις 528 εκατομμύρια αφίξεις, ενώ αναμένεται να αποτελέσει τη σημαντικότερη οικονομική δραστηριότητα στον 21^ο αιώνα.(Coccosis, 1996 σελ. 72)

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες οι οποίοι έχουν οδηγήσει σ' αυτή τη θεαματική ανάπτυξη του τουρισμού, όπως η αξιοσημείωτη αύξηση εισοδημάτων και η μείωση των ωρών απασχόλησης, η αύξηση του διαθέσιμου χρόνου για αναψυχή, οι βελτιώσεις στη τεχνολογία των μεταφορών, το χαμηλό κόστος ταξιδιών κλπ. Οι διακοπές που κατά το παρελθόν αποτελούσαν πολυτέλεια έχουν βαθμιαία εξελιχθεί σε τρόπο ζωής ένα δικαίωμα για τους περισσότερους κατοίκους των ανεπτυγμένων χωρών.

Η επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδεύει, να έρχεται σε επαφή με άλλους πολιτισμούς και ανθρώπους, η ανάγκη του για αναψυχή προϋπήρχε με τη διαφορά ότι αποτελούσε προνόμιο πολύ λιγότερων ανθρώπων.

Σήμερα περισσότερο από ποτέ ο τουρισμός ικανοποιεί την ανάγκη περισσότερων ανθρώπων, αν και υπάρχει έντονη κριτική για τον τρόπο αλλά και την αυθεντικότητα των εικόνων που τελικά αποκομίζει ο τουρίστας.

Οι πρώτες αναζητήσεις εντοπίζονται πριν πολλά χρόνια, όπως πχ τα ταξίδια του Ηρόδοτου στη Μεσοποταμία και τη Μαύρη Θάλασσα τα οποία διακρίνονται από μια διάθεση αναζήτησης και ένα ενδιαφέρον εθνογραφικό και ταυτόχρονα πολιτικό. Ο Αριστοτέλης και ο Πλάτων θα αναζητήσουν την αλήθεια και τις εικόνες του τότε γνωστού κόσμου με στόχο την καλύτερη κατανόηση της κοινωνίας που ζούσαν. Το πρώτο τουριστικό γραφείο δημιουργείται από τον Thomas Cook το 1841 στη Βρετανία και απευθύνονταν στην αριστοκρατία και στην ισχυρή πλέον αστική τάξη. Οι ταξιδιωτικές βέβαια εμπειρίες της πρώτης εποχής είχαν περισσότερο τη μορφή περιήγησης, επίσκεψης, μοναχικού ταξιδιού, κάποιες φορές περιπέτειας ή ακόμα και ενός ιερού προσκυνήματος.

Οι σημερινές ταξιδιωτικές εμπειρίες ποικίλουν ιδιαίτερα και διακρίνονται σε διάφορα είδη ανάλογα με

- Το κίνητρο (αναψυχή, επιμόρφωση, εργασία κ.α.)
- Τις δραστηριότητες οι οποίες εξασκούνται (αθλητικές κ.α.)
- Το χρόνο παραμονής (ημερήσιος, πολυήμερος, κ.α.)
- Το είδος της εγκατάστασης που χρησιμοποιείται (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, camping κ.α.)

Ο παραδοσιακός τρόπος τουρισμού (ήλιος, θάλασσα) εμπλουτίζεται με περισσότερα είδη τουρισμού που απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ατόμων. Μερικές από τις κατηγορίες που αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται ακολούθως (Comite Economique et social, EC, 1990, σελ.134)

- Οικοτουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Τουρισμός που σχετίζεται με το βουνό
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Τουρισμός τύπου κρουαζιέρα
- Συνεδριακός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Τουρισμός που σχετίζεται με την αναψυχή μέσω αθλητικών δραστηριοτήτων
- Κοινωνικός τουρισμός
- Τουρισμός που σχετίζεται με εμπορικές συναλλαγές

- Τουρισμός για λόγους υγείας
- Τουρισμός που σχετίζεται με διάφορες μορφές θαλασσοθεραπείας
- Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες.

1.2 Σημασία του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες για ορισμένες μάλιστα χώρες ή περιφέρειες αποτελεί την κύρια, συχνά αποκλειστική πηγή εσόδων.

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί μόνο ένα μέρος του συνολικού αριθμού των τουριστών. Υπολογίζεται ότι ο εσωτερικός τουρισμός αντιστοιχεί σε διπλάσιο ή τριπλάσιο αριθμό των διεθνών τουριστών.

Η Ευρώπη είναι η πιο σημαντική περιοχή στον κόσμο τόσο ως χώρος υποδοχής τουριστών όσο και ως χώρος προέλευσης τουριστών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ειδικότερα δέχεται το 75,28% (1993) όλων των τουριστικών αφίξεων στην Ευρώπη. Παρόλα αυτά ανάμεσα στις Ευρωπαϊκές χώρες παρατηρείται μια έντονη ανισότητα, όχι τόσο σε επίπεδο συμμετοχής στην τουριστική αγορά όσο σε επίπεδο οικονομικών οφελών. Τα τελευταία βέβαια χρόνια εκτός από τους παραδοσιακούς προορισμούς (Ευρώπη, Αμερική) εμφανίζονται μία σειρά από Ασιατικές και Μεσογειακές χώρες διεκδικώντας ένα διαρκώς αυξανόμενο τμήμα της τουριστικής ζήτησης.

Στην Ελλάδα, όπως και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην διατήρηση της οικονομικής σταθερότητας, κύρια σε όρους απασχόλησης. Στη χώρα μας η τουριστική ανάπτυξη ξεκίνησε μετά το τέλος του 2^{ου} Παγκοσμίου Πολέμου. Οι επισκέπτες στη χώρα μας προέρχονται κύρια από την Ευρώπη και ειδικότερα από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Γερμανοί και Βρετανοί) και από την Β. Αμερική σε πολύ μικρότερο όμως ποσοστό. Οι κύριοι τουριστικοί προορισμοί είναι η Αττική, η Ρόδος, η Κέρκυρα, η Κρήτη, η Χαλκιδική, η Μύκονος και η Σαντορίνη αν και τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει την δυναμική εμφάνισή τους μία σειρά από άλλους μικρότερους προορισμούς.

Ορισμένες περιοχές παρουσιάζουν εξειδίκευση στον αλλοδαπό τουρισμό και διαθέτουν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες (π.χ. Πόλη της Ρόδου, Κέρκυρα, Κρήτη) ενώ άλλες περιοχές εξειδικεύονται κύρια στον εγχώριο τουρισμό κύρια με τη μορφή παραθεριστικής κατοικίας (Σαλαμίνα, Σαρωνίδα, Αίγινα, Χαλκιδική κλπ). Στην Ελλάδα αναπτύχθηκε κύρια ο τουρισμός 'ήλιος και θάλασσα. Αυτό σημαίνει ότι το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας φιλοξενείται κύρια σε παράκτιες και νησιώτικες περιοχές. Σε πολλές από αυτές ο τουρισμός αποτελεί την κύρια οικονομική δραστηριότητα, γεγονός που δηλώνει την ισχυρή εξάρτηση της ζωής ορισμένων περιοχών από τον τουρισμό. Ο επιλεκτικός τουρισμός αποτελεί ακόμα μικρό ποσοστό των αφίξεων, ενώ κυριαρχεί το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες διεύρυνσης των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και πολλαπλασιασμού των επιλογών του επισκέπτη, μέσω της καλύτερης αξιοποίησης των φυσικών και πολιτισμικών πόρων της χώρας μας.

Παρόλη τη σημαντική άνοδο του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες η χώρα μας δεν έχει πετύχει αντίστοιχη άνοδο του επιπέδου εξυπηρέτησης και γενικότερα της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η απουσία επαρκούς υποδομής (μεταφορές, επικοινωνίες) συμβάλει συχνά στην κακή εικόνα που εμφανίζει ο τουρισμός. Ενδεικτικό αυτού άλλωστε είναι το γεγονός ότι σε πολλές περιοχές αν και ο αριθμός των αφίξεων έχει παραμείνει πρακτικά σταθερός η ποιότητα των επισκεπτών (συμπεριφορά προς την τοπική κοινωνία, μέση ημερήσια δαπάνη, κα) έχει αντιστραφεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ

2.1 Εισαγωγή στα θέματα τουριστικής υποδομής

Βλέποντας κανένας τη μεγάλη ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου στις μέρες μας, δεν θα μπορούσε εύκολα να φανταστεί ότι η επιστημονική και ολοκληρωμένη θεώρηση του τουρισμού ξεκινάει μετά τη λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Στα χρόνια που μεσολάβησαν από το 1945, και μετά μια σειρά δομικών και διαρθρωτικών αλλαγών, που μπορούν να συνοψιστούν, στην επέκταση της πληρωμένης άδειας των 3 ή τεσσάρων εβδομάδων, στην υπερβολική ανάπτυξη των τεχνολογικών δεδομένων και των συγκοινωνιακών μέσων, στη μείωση του χρόνου εργασίας, στην αλλαγή προς το χειρότερο των περιβαλλοντολογικών συνθηκών και ακόμα στην παραλλαγή των συνθηκών διαβίωσης που διόγκωσαν το άγχος της ζωής και χειροτέρεψαν αισθητά τη δημόσια υγεία, ο τουρισμός έγινε μια σύγχρονη κοινωνική αναγκαιότητα.

Απόρροια αυτής της αλλαγής των κοινωνικών συνθηκών είναι η νέα μορφή του εκβιομηχανοποιημένου τουρισμού, που πέρα από την αναπόσπαστη οικονομική του νομοτέλεια, περιβλήθηκε με ένα κοινωνικό και ανθρωπιστικό σχήμα μεγάλης σημασίας.

Το κοινωνικό και ανθρωπιστικό αυτό πλαίσιο μπορούμε να πούμε ότι εμπεριέχει 4 βασικές θέσεις:

- Την πανανθρώπινη και διεθνολογική αξία του τουρισμού.
- Το ανθρώπινο δικαίωμα που προκύπτει από την εναλλαγή των χρονικών περιθωρίων ανάμεσα, στην εργασία και στη διασκέδαση και ψυχαγωγία.
- Τη συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος και στη διαμόρφωση νέων συνθηκών ζωής και τέλος
- Την επισήμανση της καθολικής ευθύνης για την ανάπτυξη του τουρισμού, που σε τελευταία ανάλυση βοηθάει σημαντικά την υπόθεση της διεθνούς ειρήνης και ύφεσης.

Από τη στιγμή που ο τουρισμός έχει πέρα από τον απλά οικονομικό χαρακτήρα του και την ανθρωπιστική και κοινωνική προοπτική που προηγούμενα αναφέραμε, είναι φυσικό η επιστημονική θεώρηση του να αποτελεί μια συγκεκριμένη πραγματικότητα.

Μια πραγματικότητα που ξεκινάει από τη διαίρεση των επιστημονικών κλάδων σχετικά με τη μορφή και το περιεχόμενο της κάθε τουριστικής δραστηριότητας, που θα αναλυθεί.

Με βάση αυτό το πλαίσιο σήμερα- σε μια εποχή, όπου η εξειδίκευση είναι κάτι το δεδομένο - κάνουμε λόγο για τη Γενική θεωρία του Τουρισμού, για την Τουριστική Πολιτική, το Τουριστικό Δίκαιο, την Τουριστική Οικονομική, την Τουριστική Κοινωνιολογία, την Τουριστική Ψυχολογία, το Τουριστικό Μάρκετινγκ, κλπ.

Αν σ' αυτά προσθέσει κανένας και το δεδομένο αρχαιολογικό περιεχόμενο, που συχνότατα συνδυάζεται με το όλο εθνογραφικό, λαογραφικό και πολιτιστικό πλαίσιο, αντιλαμβάνεται εύκολα την ιδιαιτερότητα του τουριστικού φαινομένου στις μέρες μας.

Αυτή ακριβώς η μεγάλη επέκταση του τουριστικού φαινομένου έχει άμεση σχέση με τα προβλήματα υποδομής, που κάθε κλάδος ξεχωριστά και όλοι μαζί έχουν να αντιμετωπίσουν για την επιτέλεση των στόχων και σκοπών τους.

Αυτά τα θέματα που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τα προβλήματα της τουριστικής υποδομής θα μας απασχολήσουν στη συνέχεια. Μιλώντας εδώ για την τουριστική υποδομή θα πρέπει να κάνουμε ορισμένες διευκρινίσεις για την καλύτερη κατανόηση:

α) ότι το βασικό μας μέλημα θα είναι η ανάπτυξη θεμάτων, που αναφέρονται άμεσα στην ελληνική πραγματικότητα, πιστεύοντας ότι συντελούμε στη βελτίωση των παραγόντων και συντελεστών εκείνων, που παρουσιάζουν κάποιο αρνητικό χαρακτήρα

β) θα δώσουμε ιδιαίτερη έμφαση στα θέματα εκείνα που αφορούν την όλη ελληνική τουριστική εκπαιδευτική πολιτική, για την παραγωγή και αφομοίωση σειράς ειδικευμένων στελεχών πάνω στα τουριστικά επαγγέλματα και πάνω στις απαιτήσεις της σύγχρονης βιομηχανοποιημένης πρακτικής

γ) τα προβλήματα εξάλλου που αντιμετωπίζει ο σύγχρονος τουρίστας και που αναφέρονται στο βασικό εκείνο στοιχείο της ευαρέσκειας ή της δυσαρέσκειας - σαν πρωταρχικό κομμάτι ύπαρξης και επέκτασης κοινωνικών και ψυχολογιών καταστάσεων και παθήσεων- θα μας απασχολήσει ιδιαίτερα, εξαιτίας της ιδιάζουσας σημασίας του

δ) κάθε τι σχετικό με την τουριστική συμβολή ή την αρνητική επίδραση της τουριστικής πρακτικής που εντάσσεται στο όλο οικολογικό πλαίσιο, είναι θέμα που συμπεριλαμβάνεται στην προοπτική αυτή μιας και τα περιβαλλοντολογικά θέματα σήμερα θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με ιδιαίτερη προσοχή.

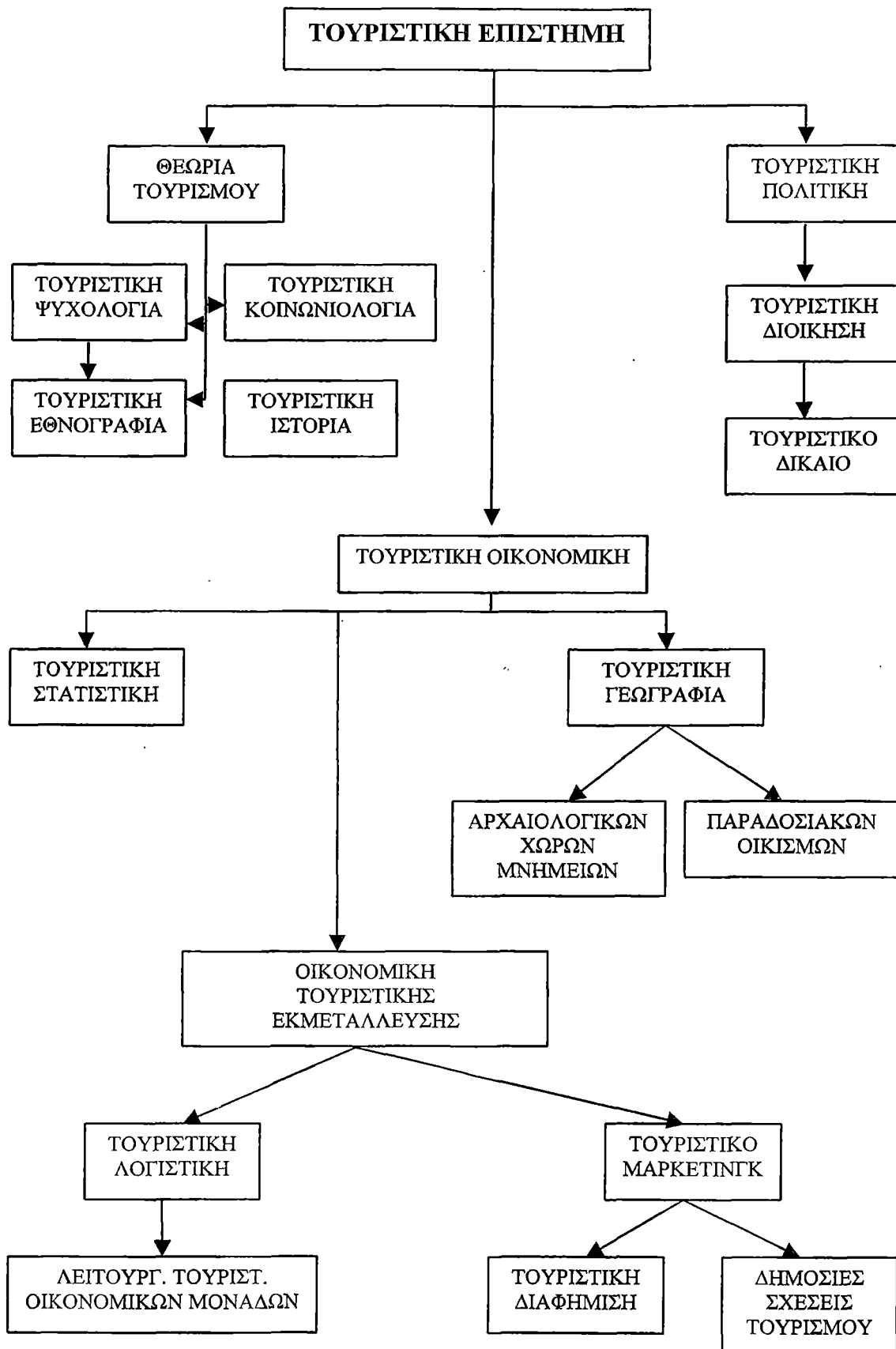
ε) οι απόλυτα ιδιόμορφες σχέσεις ανάμεσα στο Κράτος και την όλη τουριστική διαδικασία - που αποτελούν ένα εξαιρετικά «ευαίσθητο» σημείο αναφοράς - θα χρησιμεύσουν με μια διπλή προοπτική: Αρχικά να υπάρξει κατανόηση και συνεργασία για το συμφέρον του Κράτους, όσο και το συμφέρον του ιδιωτικού τομέα, και στη συνέχεια για τον αναπροσδιορισμό των δημοσίων σχέσεων στον τουριστικό τομέα τόσο και κύρια για τον κρατικό φορέα, όσο και για τον ιδιωτικό τομέα

ζ) στα πλαίσια της γενικής ανάλυσης των θεμάτων υποδομής κάθε θέμα που ανάγεται τόσο στην ανθρώπινη, όσο και στην τεχνολογική υποδομή αποτελεί για μας θέμα ανάλυσης και διερεύνησης.

Κλείνοντας το εισαγωγικό αυτό κείμενο θα επιθυμούσαμε να τονίσουμε την ιδιαίτερη σημασία, για την ανάπτυξη των θεμάτων αυτών που έχει η ενεργός συμμετοχή των αρμοδίων φορέων -τόσο από τον κρατικό όσο και από τον ιδιωτικό τομέα.

Ενώ το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί και αφορά τη συνολική δραστηριότητα του τουριστικού φαινομένου, για όλη την τουριστική υποδομή (ανθρώπινη και τεχνολογική), λύνει πολλές απορίες.

Διάγραμμα 2.1: 'Η συνολική δραστηριότητα του τουριστικού φαινομένου'



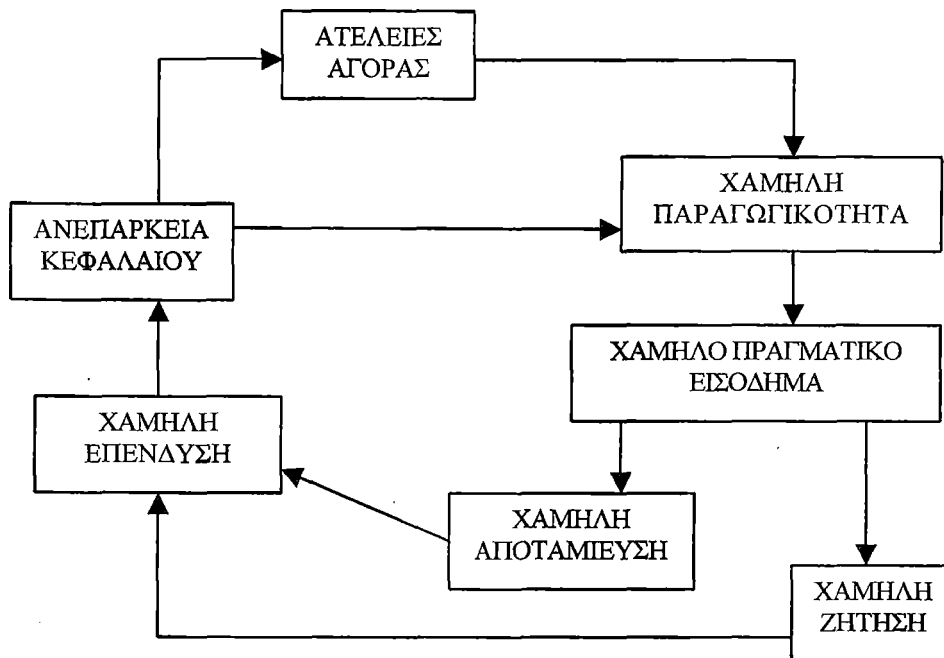
2.2 Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης και σε τι αποβλέπει

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 μαστιάζει. Γι αυτό και καταβάλλεται σοβαρή προσπάθεια εκ μέρους τους να αναπτύξουν τον τόσο σημαντικό αυτόν κλάδο παραγωγικής 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 διεθνείς 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. (Ηγουμενάκης Ν. 1990 σελ.86)

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 αντιμετώπισή τους.

Η τουριστική ανάπτυξη με την πιο πλατειά έννοια του όρου σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού σαν κλάδου παραγωγικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας που συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και λογικότερη 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.

Διάγραμμα 2.2(α): ‘Σχηματική παρουσίαση του φαύλου κύκλου της φτώχειας και της μιζέριας’



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 προϊόντων 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 αγαθού που παράγεται και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών η επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών, χωρίς όμως να μεταβληθούν οι ποσότητες των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται

στην παραγωγική διαδικασία. Οι οποιεσδήποτε βελτιώσεις προς αυτήν την κατεύθυνση δεν έχουν καμία απολύτως σχέση με την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, παρά μόνο με την αύξηση της αποδοτικότητας των παραγωγικών της συντελεστών και κατ' επέκταση της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας.

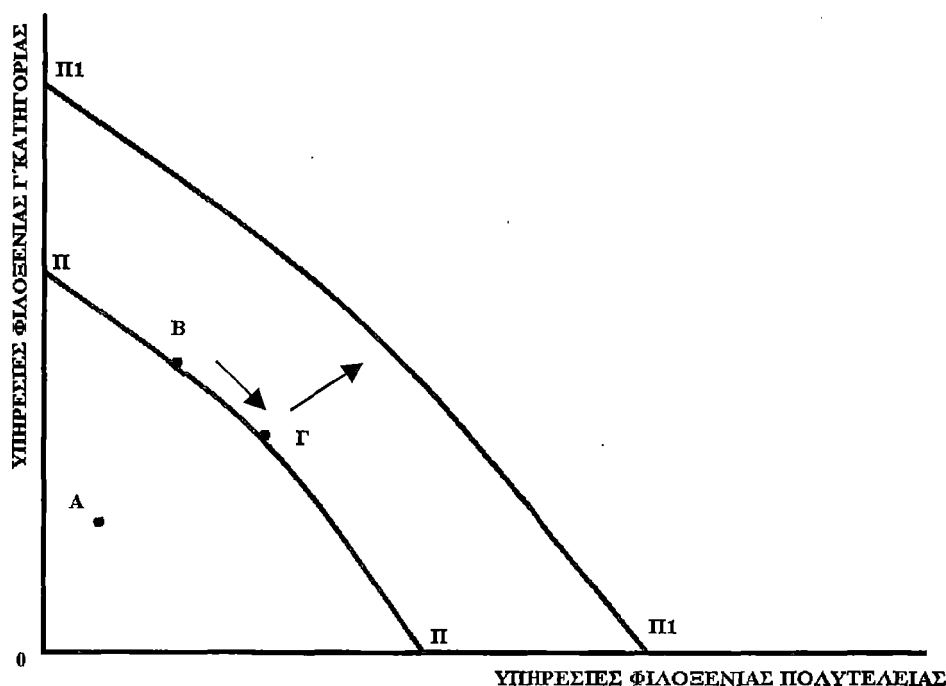
(Κώττης Γεώργιος Χρ. 1981, κεφ. VII 'κ Χ)

Η διαφορά μεταξύ της βελτίωσης της αποδοτικότητας μιας τουριστικής οικονομίας και της ανάπτυξης της μπορεί να δειχτεί γραφικά με τη βοήθεια του διαγράμματος που απεικονίζει την υποθετική καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της ΠΠ σε μια ορισμένη χρονική περίοδο. Αν λοιπόν υποτεθεί για ευκολία, στην ανάλυση που ακολουθεί, ότι η τουριστική οικονομία για την οποία ο λόγος παράγει μόνο δύο κατηγορίες υπηρεσιών φιλοξενίας και συγκεκριμένα πολυτελείας και Γ' κατηγορίας, οι παραγωγικές της δυνατότητες, δηλαδή η θέση του ορίου ΠΠ της υποθετικής καμπύλης των παραγωγικών της δυνατοτήτων, καθορίζεται από 'τους παραγωγικούς συντελεστές και την τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία.

Αν σε ένα χρόνο, για οποιονδήποτε 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 σα 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 ΠΠ. Η ορθολογική συμπεριφορά των μεμονωμένων 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 ΠΠ.

Αν πάλι, για λόγους που θα εξεταστούν αμέσως παρακάτω, 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 ΠΠ'. 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.

Διάγραμμα 2.2(β): ‘Οι υποθετικοί συνδυασμοί των παραγωγικών δυνατοτήτων μιας 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 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 εξασφαλίσει 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 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 πολυτελείας και Γ' κατηγορίας 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 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 σα συνέπεια αυτών 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.

2.3 Η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης και πως πρέπει να επιχειρείται

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 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 δε 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 ικανοποίηση 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 είναι σημαντικότερος, όπως σημαντικότερος είναι και ο λόγος που κάνει επιτακτική την ανάπτυξη του παντού όπου αυτή είναι εφικτή, δηλαδή πραγματοποιήσιμη. Παρόλα 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 αναπτυσσομένων. Μπορεί μιν να συμβάλει χωρίς άλλο στον περιορισμό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών, στην εισροή συναλλάγματος, στη δημιουργία θέσεων εργασίας κλπ., αλλά δε 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 συνθήκες, 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 δε θα πρέπει σε καμία 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 αγαθών 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 παραγωγικής δραστηριότητας μιας οικονομίας κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν.

2.4 Οι λόγοι που επιβάλλουν τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης

Η απόφαση να αναπτυχθεί η τουριστική οικονομία ή να ενταθεί η ανάπτυξη της σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, πρέπει πριν επιχειρηθεί να μελετηθεί με μεγάλη προσοχή. Τα οικονομικά και κοινωνικά ωφελήματα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι αναμφίβολα πάρα 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 αυξανόμενο ελεύθερο χρόνο για ανάπαυλα και ξεκούραση και στις αλλαγές στα γούστα και τις προτιμήσεις των ανθρώπων για ταξίδια αναψυχής και τουριστικά προϊόντα 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 σα ρεαλιστική μπορεί να θεωρηθεί και αυτό επειδή τα ωφελήματα 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 εργατικό 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) Βοηθάει 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 δε θα είχε καν τη δυνατότητα να τις αποκτήσει.

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

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

(α) Προκαλεί μια υπερβάλλουσα ζήτηση για κάθε είδους προϊόντα 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 οφέληματα.

(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 προϊόντων και υπηρεσιών.

Όπως διαπιστώνεται απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω ο τουρισμός κάθε άλλο παρά πανάκεια να αποτελέσει μπορεί στα αναπτυξιακά προβλήματα 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 αγαθά 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. (Ηγουμενάκης Ν.1990 σελ.86)

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 πλεονεκτήματά του

τουρισμού και περιορίζει τις αρνητικές επιπτώσεις των μειονεκτημάτων του.(Ηγουμενάκης Ν.1978 σελ.29)

2.5 Τουριστική παιδεία

Η γενικά ασκούμενη τα τελευταία χρόνια κριτική πάνω στην τουριστική εκπαιδευτική πολιτική - είτε αφορά το κράτος, είτε την ιδιωτική πρωτοβουλία - έχει για κύριο στόχο της την αντιμετώπιση βασικών θεμάτων τουριστικής ανάπτυξης, όπως η βελτίωση της παροχής υπηρεσιών, η αύξηση της τουριστικής παραγωγής, η τουριστική προαγωγή, η διάθεση της τουριστικής παραγωγής, κ.ά. Και όλη αυτή η κριτική βασίζεται σε μια ουσιαστική λέξη, τον «εκσυγχρονισμό» - που βέβαια μπορεί να μην είναι μαγική, σίγουρα μπορεί όμως να λύσει το πρόβλημα σε μεγάλο βαθμό.

Σ' αυτόν ακριβώς τον εκσυγχρονισμό αναφέρονται οι παρακάτω προτάσεις μας στην Τουριστική ηγεσία του τόπου.

α) Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών: σημαίνουν εκπαιδευτικά κέντρα, όπου θα εξέρχονται στελέχη σωστά εκπαιδευμένα, καλά καταρτισμένα στην πράξη και για όλη την «γκάμα» των τουριστικών επαγγελματιών σύμφωνα με τα νέα επιστημονικά και τεχνολογικά δεδομένα (π.χ. ξενοδοχοϋπάλληλοι, εστιατορες, μάγειροι, βοηθητικό προσωπικό, Main Courants, υπάλληλοι τουριστικών γραφείων, tour operators, ξεναγοί, φύλακες αρχαιολογικών και λαογραφικών χώρων και μνημείων, συνοδοί εκδρομών, κλπ.).

Πώς είναι δυνατόν για ένα τέτοιο τομέα με τόσο πολύπλευρη δραστηριότητα να περιοριζόμαστε σε ξενοδοχειακά στελέχη μονάχα, όταν όλες οι προηγούμενα αναφερθείσες κατηγορίες- και πολλές άλλες που μας διαφεύγουν αυτή τη στιγμή - χρειάζονται σ' αυτή τη «βιομηχανία χωρίς καμινάδες», όπως χαρακτηριστικά ονομάζεται ο τουρισμός;

β) Το Επιστημονικό προσωπικό: καιρός να αλλάξει η μεθοδολογία επιλογής του επιστημονικού προσωπικού στις ΣΤΕ - που αποβλέποντας στη σωστή εκπαίδευση θα πρέπει να στηρίζεται: αρχικά σε άτομα που ενεργά ασχολήθηκαν με το τουριστικό φαινόμενο, προσφέροντας αποδεδειγμένα υπηρεσίες υψηλού επιπέδου την τελευταία πενταετία, έπειτα σε άτομα κατόχους ημεδαπών ή αλλοδαπών τίτλων σπουδών με

μεταπτυχιακές σπουδές στο εξωτερικό (Master, P.H.D. κλπ.) και μάλιστα με προϋπηρεσία στον τουρισμό μέσα από την επιστήμη τους και τέλος σε άτομα που έχουν μια σφαιρική γνώση του τουριστικού φαινομένου και δεν προέρχονται αποκλειστικά από κάποιο κλάδο του τουριστικού κυκλώματος, διότι με τον τρόπο αυτό μόνο τα συμφέροντα του κλάδου μπορεί να εξυπηρετούν. Αν σ' αυτά προσθέσει κανένας και ορισμένα κριτήρια αποδοτικότητας διδασκαλίας, σε τακτά χρονικά διαστήματα (π.χ. κάθε χρόνο) και το επίπεδο των διδασκόντων θα ανέβει και η ωφέλεια για τον τουρισμό θα είναι μεγαλύτερη.

γ) Τα βιβλία, εγχειρίδια και βοηθήματα: που μέχρι σήμερα ακόμα είναι αναχρονιστικά ή προϊόντα της χουντικής περιόδου, πρέπει να αντικατασταθούν από νέα - επιστημονικά και τεχνολογικά ενημερωμένα - εύκολα στην κατανόηση και εμπέδωση και κύρια βιβλιογραφικά τεκμηριωμένα, ώστε να δίνουν πρωτοβουλίες στους μαθητές για παραπέρα μελέτη και σπουδή. Η λύση του προβλήματος δεν είναι τόσο δύσκολη: πρώτα να υποχρεωθούν από τη σύμβαση οι καθηγητές των σχολών να συγγράφουν βιβλία και εγχειρίδια σαν τα παραπάνω αναφερόμενα. Και αν υπάρχει οποιαδήποτε έλλειψη στον συγγραφικό τομέα που είναι απαραίτητη για τους μαθητές, ο ΕΟΤ να προκηρύξει διαγωνισμό για την πλαισίωση της τουριστικής επιστήμης με αξιόλογους επιστήμονες - έξω από τις ΣΤΕ - που αποζημιούνται από την εργασία τους χρηματικά και ηθικά, θα αναλάβουν τη συγγραφή έργων.

δ) Η πρακτική εξάσκηση: Θα πρέπει απαραίτητα να αλλάξει μορφή, περιεχόμενο, διάρκεια και νοοτροπία για να υπάρξει κάποιο αποτέλεσμα. Συγκεκριμένα η διάρκεια της πρέπει να είναι διπλάσια της θεωρητικής κατάρτισης (στη θέση του 1/3 της θεωρίας που είναι σήμερα), να γίνεται σε ξενοδοχεία με πλήρη οργάνωση και προγραμματισμό που να τηρούν όλες τις τουριστικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές, και το κυριότερο η εκπαίδευση - πρακτική, να είναι πράγματι τέτοια και όχι βοήθημα στο ξενοδοχείο να αντιμετωπίσει τις περιόδους αιχμής.

Αυτό σημαίνει οπωσδήποτε την τήρηση δύο προϋποθέσεων: πρώτα να μη γίνεται η πρακτική εξάσκηση ανάμεσα στους μήνες Ιούλιο - Αύγουστο μονάχα, αλλά και σε άλλες χρονικές περιόδους και έπειτα να καταγγέλλονται δημόσια από τους αρμόδιους των σχολών περιπτώσεις, όπου ο στόχος είναι η υποβοήθηση του ξενοδοχείου μόνο και όχι η επιμόρφωση των μαθητών. Σ' αυτές τις περιπτώσεις το ξενοδοχείο θα πρέπει να αποκλείεται για τέτοιας μορφής χρησιμοποίηση.

ε) Μετεκπαίδευση: προϋποθέτει μια επιλογή μεταξύ των ικανότερων - με αξιολογικά κριτήρια- μετά τη βασική εκπαίδευση και την εργασία για ένα μίνιμουμ χρονικό διάστημα στο χώρο δουλειάς. Και όταν λέμε μετεκπαίδευση εννοούμε τη βελτίωση και τελειοποίηση ορισμένων στελεχών στο εξωτερικό (και όχι από το Ναύπλιο στη Ρόδο) με στόχο να γίνουν ειδικοί (specialists) και να βοηθήσουν και τους επόμενους σε κάθε τομέα. Και προσοχή, διότι θα πρέπει να υπάρχει ισότητα για όλους καταργώντας τις διακρίσεις μεταξύ Αθήνας και επαρχίας με βάση την προϋπηρεσία.

στ) Η ταχύρρυθμη εκπαίδευση: κάποτε θα πρέπει να καταργήσουμε αυτή την ανόητη, όσο και επιπόλαιη ρύθμιση για τη στελέχωση του τουρισμού μας. Κράτος με σωστό προγραμματισμό, με υπηρεσίες στατιστικών στοιχείων και με ηλεκτρικούς εγκεφάλους δεν θα πρέπει να καταφεύγει σε προετοιμασία στελεχών σε 60 ή σε 100 ώρες, για να μπουν στο επάγγελμα. Ή έχει στοιχεία και δεδομένα και κάνει καμπάνια προσέλκυσης σπουδαστών ή αλλιώς με «ταχυδακτυλουργίες» τύπου ταχύρρυθμης εκπαίδευσης μόνο κακό μπορεί να προκύψει. Σταματήστε πια αυτή την ταχύρρυθμη προσπάθεια δυσμενούς προβολής της χώρας μας, όσο είναι καιρός.

ζ) Η προσέλκυση μαθητών: αλλάξτε γρήγορα τον τρόπο προσέλκυσης μαθητών στις ΣΤΕ, δίνοντας πρώτα κίνητρα (πραγματική επαγγελματική κατοχύρωση, μισθοδοσία σ' όλη τη διάρκεια της πρακτικής εξάσκησης, ανθρώπινους εσωτερικούς κανονισμούς στις ΣΤΕ) και μετά να προχωρήσετε στα υπόλοιπα. Και το βάρος πρέπει να πέσει: στο όριο ηλικίας (τουλάχιστον 18 χρόνων και όχι 16, όπως σήμερα), στην εμφάνιση του υποψήφιου (έχει σημασία μεγάλη για την προβολή της χώρας), στην κατοχή απολυτηρίου Λυκείου (εντελώς απαραίτητο) και στη γκάμα των υπό επιλογή επαγγελμάτων (που μπορεί να ικανοποιήσει πολλά ενδιαφέροντα και γούστα).

Και δύο σημαντικά πράγματα ακόμη: Πρώτα ν' απευθύνεστε προσωπικά στους ενδιαφερόμενους και όχι στους γονείς τους (16 και 18 χρονών παιδιά σήμερα συμμετέχουν ενεργά- σαν αυθύπαρκτες οντότητες- σε όλες τις πολιτικές και κοινωνικές αλλαγές του καιρού μας), και έπειτα σταματήστε πια αυτή την εξοργιστική ειδυλλιακή καμπάνια, όπου όλα είναι τέλεια, από τις εγκαταστάσεις μέχρι τις διαπροσωπικές σχέσεις (πέστε απλά και ειλικρινά τις ευκολίες και δυσκολίες της

δουλειάς, χωρίς φανφάρες για πράγματα που πρώτοι εσείς γνωρίζετε, ότι δεν είναι έτσι).

Θα παρατήρησε ο αναγνώστης ότι από την παράγραφο 6 και μετά, αλλάζει ο λόγος και από το απρόσωπο τρίτο ενικό πρόσωπο περνάμε στο δεύτερο πληθυντικό της ευγένειας, αλλά και της προσταγής... Αυτό γιατί η ταχύρρυθμη εκπαίδευση, και η προσέλκυση σπουδαστών είναι σημεία επιτακτικά, που η νέα τουριστική ηγεσία πρέπει να ασχοληθεί αμέσως. Αμέσως διότι το καλοκαίρι τελειώνει σε λίγο, και θα πρέπει να υπάρχει κιόλας μια προετοιμασία για το 1983, που προμηνύεται ιδιαίτερα σκληρό για τον Ελληνικό Τουρισμό. Τα υπόλοιπα θέματα πάνω στις ΣΤΕ χρειάζονται μελέτη και μιας και οι σχολές ξεκινάνε σε λίγο, δεν υπάρχει άμεση δυνατότητα επίλυσης τους. Αυτά για την αλλαγή του προσώπου.

Δεν χρειάζεται να τονίσουμε, ότι απευθυνόμαστε στην ηγεσία του ΕΟΤ- και όχι στους ιθύνοντες των ΣΤΕ- για την αλλαγή της νοοτροπίας και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής μας παιδείας, διότι μόνο έτσι μπορεί να γίνει κάτι.

Οι ΣΤΕ είναι υπό την αιγίδα της Ελληνικής Δημοκρατίας, και ο αρμόδιος κρατικός φορέας, ο ΕΟΤ, που θα αναλάβει τον εκσυγχρονισμό.

Αυτό σε πολύ απλά ελληνικά σημαίνει, ότι την ευθύνη της επιτυχίας και της αποτυχίας της τουριστικής παιδείας στο μέλλον την φέρνει ακέραια ο ΕΟΤ και όχι οι Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών, που έτσι κι αλλιώς είναι καταδικασμένες στη συνείδηση των επαγγελματιών του τουριστικού κυκλώματος.

Θα μπορούσε να ρωτήσει κάποιος: τόσο σοφές είναι αυτές οι λύσεις, ώστε η τουριστική μας παιδεία που βρίσκεται σε κακό χάλι να βελτιωθεί; Ο υπογράφων απαντάει χωρίς ενδοιασμό όχι. Αλλά συμπληρώνει, ότι είναι μια καλή και αναγκαία αρχή, ένα ξεκίνημα για τον εκσυγχρονισμό. Έναν εκσυγχρονισμό που θα περάσει από στάδια, αλλά που πως να το κάνουμε, από κάπου πρέπει να αρχίσει κανένας (για να ανέβεις μια σκάλα ξεκινάς από το πρώτο σκαλοπάτι, το χαμηλότερο και σιγά - σιγά και προσεκτικά φτάνεις στο τελευταίο).

Αυτό σημαίνει ότι ο εκσυγχρονισμός δεν είναι κάτι εύκολο, που θα γίνει χωρίς κόπο και θυσίες και ακόμα περισσότερο δεν αφορά μονάχα τις Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών. Αφορά εξίσου τον ίδιο τον ΕΟΤ, που στο χώρο της διαφήμισης και κύρια των δημοσίων σχέσεων στο εξωτερικό έχει ανάγκη εκσυγχρονισμού, αν θέλει να αποτελεί συναγωνιστικό οργανισμό με τους αντίστοιχους άλλων κρατών. Και αφορά ακάματους ξενοδόχους, η επιμόρφωση των οποίων θα μας απασχολήσει σε επόμενο σημείο.

2.6 Ο τουρισμός ως αναπτυξιακή προτεραιότητα

Ως οικονομική δραστηριότητα ο τουρισμός στη χώρα μας διαθέτει αναμφισβήτως δυναμικό μόνιμο συγκριτικό πλεονέκτημα, το οποίο συνθέτει ο συνδυασμός μοναδικών στοιχείων φυσικού κάλλους και ποικιλίας προσφερομένων για διακοπές αναψυχής και πολιτισμικής κληρονομιάς. Για να κατανικηθεί το πλεονέκτημα αυτό απαιτούνται συντονισμένες, μακροχρόνιες και επίμονες προσπάθειες, τις οποίες φαίνεται ότι ως χώρα, ως πολιτεία, ως ιδιωτική πρωτοβουλία, ως πολίτες έχουμε επιτυχώς καταβάλει. Προκύπτει δε αυτό, όπως πολύ συχνά επισημαίνεται, από σειρά ερευνών που γίνονται με σκοπό τον εντοπισμό του βαθμού ικανοποίησης των ξένων επισκεπτών από την κατανάλωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η Ελλάδα δεν έχει απλώς συγκριτικό πλεονέκτημα στον τουρισμό, αλλά είναι και το μόνο αξιόπιστο και διατηρήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει στην εγχώρια παραγωγή, που προορίζεται για την διεθνή αγορά. Επί πλέον, διαθέτει μεγάλες δυνατότητες αύξησης της παραγωγικής δυναμικότητας στο εν λόγω προϊόν. Δεν είναι δε υπερβολή να λεχθεί ότι ταχύρρυθμη ανάπτυξη η Ελλάδα δεν πρόκειται να επιτύχει χωρίς πολύ ταχεία ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Τα επιχείρημα, όπως όλες οι μεγάλες αλήθειες, είναι απλό. Αν δεν μπορούμε να αξιοποιήσουμε ένα πλουσιοπάροχος παρασχεθέν από την φύση και την ιστορία συγκριτικό πλεονέκτημα, με ποιο τρόπο θα δυνηθούμε να ανταποκριθούμε στις μεγάλες απαιτήσεις των λοιπών τομέων σε προσπάθεια, επιμέλεια, επινοήσεις;

Για την τουριστική Ελλάδα δεν υπάρχουν πραγματικές μακροπρόθεσμες ανταγωνιστικές απειλές, εφ' όσον επικρατήσει σοβαρότητα και υπευθυνότητα στην αντιμετώπιση των προβλημάτων του τομέα από πολιτεία και ιδιωτική πρωτοβουλία. Για την επιτυχή πορεία του κλάδου δεν απαιτούνται επενδύσεις σε τεχνολογίες αιχμής, ούτε βεβαίως αντίστοιχες επινοήσεις και πρωτοβουλίες, όπως π.χ. συμβαίνει σε κλάδους παραγωγής όπως είναι η μεταποίηση. Φροντίδα και επιμέλεια χρειάζεται. Απλά πράγματα. Καθαριότητα, σεβασμός στις ανάγκες του πελάτη, συνέπεια στις συναλλαγές και, φυσικά, επάρκεια βασικών έργων υποδομής (πύλες εισόδου, συγκοινωνίες, οργάνωση πληροφόρησης) και θεσμικού εξοπλισμού. Τα κοινά παράπονα των ξένων τουριστών για την ολική ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος επικεντρώνονται κυρίως στην έλλειψη γενικής

υποδομής, στην καθαριότητα και υγιεινή, στην ανεπαρκή συντήρηση των αρχαιολογικών χώρων και στην έλλειψη σεβασμού στο περιβάλλον.

Η πρόσφατη κακή πορεία του κλάδου, σε περίοδο αυξήσεως της ζήτησεως του μεσογειακού τουριστικού προϊόντος, δεν είναι διαρθρωτική, όπως πολλάκις υποστηρίζεται. Δεν πρέπει, δηλ., να ερμηνευθεί ως μία μακροχρόνια τάση μεταθέσεως της ζήτησεως από το ελληνικό τουριστικό προϊόν προς τα τουριστικά προϊόντα άλλων προορισμών, εξωτικών ή μη. Η κακή πορεία του διεθνούς τουρισμού στη χώρα μας είναι το σύνθετο αποτέλεσμα του συνδυασμού ακατάλληλης μακροοικονομικής πολιτικής, συσσωρεύσεως αδυναμιών και εκτραχηλισμού της συμπεριφοράς μεγάλου αριθμού παραγωγών τμημάτων του τουριστικού προϊόντος, που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον εξωξενοδοχειακό χώρο. Η αύξηση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών σε ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες, όπως η Τουρκία, δεν αποτελεί εξήγηση, διότι αυτό έπρεπε να ανακλαστεί και στις εξελίξεις της τουριστικής δραστηριότητας προορισμών, όπως η Ισπανία και η Ιταλία. Πράγμα, το οποίο δεν έγινε.

Το σοβαρό κενό που έχει δημιουργηθεί - η σοβαρότητα δε, έγκειται περισσότερο στην κατάρρευση των τιμών των πακέτων για ελληνικούς προορισμούς και λιγότερο στην μείωση του αριθμού των τουριστών - δεν επιτρέπεται να αφεθεί να καλυφθεί από την βαθμιαία θεραπεία που συνεπάγεται η αντιμετώπιση με μακροχρονίου προοπτικής μέτρα. Τα προβλήματα που δημιουργεί η έλλειψη επαρκούς γενικής υποδομής απαιτούν για την οριστική τους εξάλειψη μακροετείς προσπάθειες και σημαντικούς οικονομικούς πόρους. Ωστόσο, η εικόνα της τουριστικής Ελλάδος μπορεί να εξωραϊστεί. Οι πόροι που απαιτούνται προς τούτο είναι μικροί. Το μεγάλο κομμάτι της προσπάθειας αφορά σε εποπτεία, αστυνόμευση και διευθετήσεις σε μεγάλο βαθμό αδάπανες. Με άλλα λόγια, χωρίς χρονική οπισθοδρόμηση του μακροπρόθεσμου σχεδιασμού και της εκτελέσεως των έργων μακράς πνοής, πρέπει να προχωρήσει με απόλυτη χρονική προτεραιότητα η συντονισμένη προσπάθεια όλων των παραγόντων για την ταχεία αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, την άμεση αλλαγή της τουριστικής εικόνας της χώρας. Για να αποφύγουμε την ανιαρή πλέον απαρίθμηση των γνωστών ενεργειών που απαιτούνται προς τούτο, πρέπει να καταστεί σύντομα συνείδηση σε όλους τους μετέχοντες στην παραγωγική δραστηριότητα του τουρισμού ότι δεν μπορούν να παραβιάζουν ατιμωρητί τους κανόνες του παιχνιδιού.

Συνοπτικώς, πρέπει να δοθεί έμφαση:

- στην εποπτεία εκείνων των διαστάσεων της ολικής ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που φθείρουν και υποβαθμίζουν την τουριστική εικόνα της χώρας. Είναι ένα σύνολο πολλών μικρών και τα μέγιστα ενοχλητικών πραγμάτων,

- στις εξωραϊστικές και μικρές κατασκευαστικές και λειτουργικής φύσεως παραβάσεις σε λιμάνια, αεροδρόμια κ.ά. για λόγους αισθητικούς και διευκόλυνσεως της διακινήσεως και εξυπηρετήσεως των τουριστών,

- στο θέμα των συνοδών-οδηγών ομάδων τουριστών διακινουμένων τουριστικών γραφείων διακινήσεως εξωτερικού και όχι μόνο. Είναι απαράδεκτο να οδηγούνται οι διακινούμενες ομάδες τουριστών ως πρόβατα επί σφαγήν στο εστιατόριο της "μίζας", ή να πληροφορούνται από πρόσωπα ανεύθυνα, χωρίς άδεια καταλληλότητας και να διαμορφώνουν απόψεις για την ιστορία της χώρας, την συμπεριφορά και τον χαρακτήρα του συγχρόνου Έλληνα κ.ο.κ.,

- στην αντιμετώπιση του σοβαρότατου προβλήματος από συμφωνίες που συνάπτονται για κλεισίματα "πακέτων" σε συνθήκες τεχνητού πανικού, πολλάκις, με συνέπεια να ευτελίζεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν και ο προορισμός "Ελλάδα".

- Δεν πρέπει υπό το κράτος πανικού που δημιουργούν συγκυριακά φαινόμενα να χάνουμε το μέτρο και να εκτρεπόμεθα από απόψεως προσανατολισμού προς λανθασμένες κατευθύνσεις, σπαταλώντας πολύτιμους πόρους και ακόμη πολυτιμότερο χρόνο. Όπως ήδη έχει υπογραμμισθεί ο κύριος όγκος των διεθνών τουριστών στην χώρα μας είναι παραθεριστικού τύπου. Το κύριο κίνητρο είναι η αναψυχή. Αυτό ακριβώς εξηγεί και το γεγονός, ότι πολύ υψηλό ποσοστό των διεθνών τουριστικών ταξιδιών στην χώρα μας είναι επαναλαμβανόμενα, και πολλάκις μάλιστα, στον ίδιο τοπικό προορισμό και ακόμη στο ίδιο ξενοδοχειακό κατάλυμα. Είναι λάθος να νομίζουμε ότι η απάντηση στην πτώση της ζήτησεως του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι μόνο η δημιουργία ειδικών μορφών τουρισμού. Οι ειδικές μορφές τουρισμού είναι εξόχως συμπληρωματικές, δεν αποτελούν υποκατάστατο του βασικού τουριστικού προϊόντος και, επομένως, ως τέτοιο πρέπει να εξετάζεται. Ορισμένες δε από τις προτεινόμενες είναι άκρως δαπανηρές και άκρως απρόσφορες για την ενίσχυση του χειμερινού τουρισμού (π.χ. Γκολφ). Στις σημερινές συνθήκες, οποιαδήποτε αποδυνάμωση της

απαιτούμενης προσπάθειας για βελτίωση της τουριστικής εικόνας της Ελλάδος αντενδείκνυται. Η δημιουργία υποδομής για τις ειδικές μορφές τουρισμού πρέπει να συμπορεύονται με πολιτικές εντατικοποίησης της διαφήμισης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και δημιουργίας των χρονιζόντων έργων βασικής τουριστικής υποδομής.

• Στο ίδιο πλαίσιο σκέψεων και προβληματισμού, και ενόψει αφενός της αργούσας δυναμικότητας του κλάδου και αφετέρου της παλαιώσεως μεγάλου αριθμού καταλυμάτων, τα αναπτυξιακά κίνητρα να διαμορφωθούν έτσι ώστε να υπηρετήσουν πιο αποτελεσματικά τον σκοπό της τουριστικής αναπτύξεως. Εν προκειμένω, ενδείκνυται η διατήρηση των φορολογικών κινήτρων και για την δημιουργία νέων κλινών (η δημιουργία νέων κλινών γίνεται με αποκλειστική χρηματοδοτική ευθύνη του επιχειρηματία) ενώ για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των υφισταμένων κλινών, καθώς και την δημιουργία νέων κλινών σε εθνικώς ευαίσθητες περιοχές να διατηρηθούν και οι δύο εναλλακτικές κατηγορίες κινήτρων (επιχορήγηση, φορολογικά κίνητρα). Καθ¹ όσον δε αφορά στα κίνητρα (επιχορηγήσεων) για τις ειδικές μορφές τουρισμού πρέπει μεν να διατηρηθούν αλλά να επιβληθούν περιορισμοί στο συνολικό ύψος επιχορηγήσεων, ώστε να αποφευχθούν οι σπατάλες αλλά και η πιθανή εκτροπή πόρων προς άλλες χρήσεις. Ομοίως, είναι σκόπιμο να ενθαρρυνθεί σχετικώς η δημιουργία αλυσίδων ξενοδοχείων με επώνυμο προϊόν, γεγονός που αναποφεύκτως θα βελτιώσει την συνολική τουριστική εικόνα της χώρας.

• Τέλος, με κριτήριο τον βαθμό τουριστικού κορεσμού ορισμένων περιοχών (αριθμός τουριστών ανά 1.000 κατοίκους στην περίοδο αιχμής σε συνδυασμό με άλλα στοιχεία, έκταση κ.τ.λ.) είναι καιρός να γίνει η σχετική διαβάθμιση. Είναι, ομολογουμένως, εξαιρετικώς δυσχερής ο διαχωρισμός κορεσμένων και μη κορεσμένων περιοχών, διότι ο ορισμός της εννοίας είναι δύσκολος. Ωστόσο, η πολιτεία πρέπει να αναζητήσει κριτήρια και τ πους εφαρμογής τους, ώστε η περαιτέρω ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη ορισμένων περιοχών, που βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο τουριστικής αναπτύξεως, να γίνεται, με αποκλειστική χρηματοδοτική ευθύνη των ιδιωτών- επιχειρηματιών χωρίς επιχορηγήσεις, χωρίς επιδοτήσεις επιτοκίου, χωρίς φορολογικές απαλλαγές. Η Ελλάδα διαθέτει πολλές περιοχές επιδεκτικές τουριστικής αναπτύξεως προς τις οποίες πρέπει βαθμιαίως να

στραφεί η προσοχή της τουριστικής πολιτικής από άποψη δημιουργίας υποδομών και νέων καταλυμάτων.

2.7 Η μεθοδολογική προσέγγιση του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης

Απαραίτητη προϋπόθεση για μια ιδεώδη μεθοδολογική προσέγγιση του προγραμματισμού της αναπτυξιακής πολιτικής στην τουριστική οικονομία είναι η σύλληψη όλων των οικονομικών κλπ. σχέσεων που αναπτύσσονται στην τουριστική οικονομία σε δοσμένο τόπο και χρόνο, σε ένα μοντέλο γενικής ισορροπίας που προσδιορίζει την άριστη επιλογή σε μεμονωμένους υποκλάδους της οικονομικής της δραστηριότητας και γενικότερα σε ολόκληρη την τουριστική οικονομία.

Επειδή η αντιμετώπιση του προβλήματος του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης με την πιο πάνω έννοια είναι πολύ δύσκολη, στην πράξη ακολουθείται μια απλούστερη μεθοδολογία, που στηρίζεται στη μέθοδο των διαδοχικών προσεγγίσεων και σφαλμάτων και ακολουθεί βασικά τα παρακάτω στάδια (Getz, D.1987 σελ.174)

α) Προσδιορισμός των γενικών επιδιώξεων της τουριστικής ανάπτυξης

Στην αρχή προσδιορίζονται οι επιδιώξεις της τουριστικής ανάπτυξης σε γενικούς όρους. Αυτές καθορίζονται από τους φορείς της πολιτικής εξουσίας με μορφή γενικών κατευθύνσεων ή πλαισίου υποθέσεων και προτεραιοτήτων γενικής φύσης, χωρίς ταυτόχρονα να προσδιορίζονται εκ μέρους τους οι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης που πρόκειται να καταρτιστεί και τα μέτρα που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη τους. Στο αρχικό αυτό στάδιο όμως δε γίνεται ακόμα λόγος για πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης, αλλά για σχέδιο προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης.

β) Απογραφή των διαθέσιμων πόρων και των δυνατοτήτων ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας

Στη συνέχεια γίνεται απογραφή των διαθέσιμων τουριστικών πόρων και δυνατοτήτων ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας από ποσοτικής και

ποιοτικής άποψης και επισημαίνονται οι κυριότερες αδυναμίες της και γενικότερα τα κρίσιμα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή με τη διερεύνηση και εκτίμηση των υφιστάμενων συνθηκών τους, ως προς τους διαθέσιμους πόρους και τους διάφορους υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας, Κύριο μέλημα των φορέων της πολιτικής εξουσίας σε αυτό το στάδιο του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης είναι η διερεύνηση των δυνατοτήτων και των προοπτικών που υπάρχουν για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, με σαφή προσδιορισμό των περιοριστικών παραγόντων της ανάπτυξης της, καθώς επίσης η επισήμανση των ανισοροπιών μεταξύ προσφοράς και ζήτησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και των συντελεστών παραγωγής τους, εξαιτίας των ατελειών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς.(Gunn, CA 1979 σελ.191)

γ) Μαθηματική επεξεργασία των επιλογών της τουριστικής πολιτικής

Μετά την απογραφή των διαθέσιμων πόρων και δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας ακολουθεί το στάδιο της μαθηματικής επεξεργασίας των διάφορων επιλογών της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη. Η μαθηματική αυτή επεξεργασία των επιλογών της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη, σε ό,τι αφορά στους επιθυμητούς στόχους από άποψης συνέπειας και εφικτότητας, έχει σα βασικό προσανατολισμό την εξασφάλιση του άριστου ρυθμού τουριστικής ανάπτυξης που προσδιορίζεται κατά κανόνα από τον άριστο ρυθμό αποταμιεύσεων, οι οποίες είναι αναγκαίες για τη χρηματοδότηση των επενδύσεων τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επίσης από διάφορους άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες ανάπτυξης. Εκτός από αυτό, η μαθηματική επεξεργασία των επιλογών της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη αναφέρεται επίσης. (1) στην αριστοποίηση των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας μεταξύ κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών και αποταμίευσης από άποψης διαχρονικής κατανομής, (2) στον έλεγχο της εφικτότητας των στόχων του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης, από άποψης διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας και (3) στον έλεγχο της συνέπειας των στόχων του σχεδίου προγράμματος της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη σε ό,τι αφορά στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μεταξύ των διάφορων υποκλάδων της τουριστικής οικονομίας από άποψης ζήτησης, περιφερειακής κατανομής κλπ.

δ) Παρουσίαση των επιλογών της πολιτικής για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας και εκλογή του άριστου συνδυασμού στόχων

Τη μαθηματική επεξεργασία των διάφορων επιλογών της πολιτικής για την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας ακολουθεί η παρουσίαση τους στους φορείς της πολιτικής εξουσίας που γίνεται για να εκλέξουν τον καλύτερο συνδυασμό στόχων. Από τη στιγμή που αυτοί τον εκλέξουν, γίνονται αυτόματα οι βασικοί στόχοι του σχεδίου προγράμματος της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα αποτελούν τον πυρήνα της παραπέρα επεξεργασίας του. Κατά συνέπεια είναι ολοφάνερο ότι ενώ η εκτίμηση των στόχων της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη γίνεται από τους τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες, η ευθύνη της εκλογής τους ανήκει αποκλειστικά και μόνο στους φορείς της πολιτικής εξουσίας.

ε) Λεπτομερέστερη επεξεργασία και ανάλυση των βασικών στόχων της πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη

Αφού οι φορείς της πολιτικής εξουσίας εκλέξουν την καλύτερη επιλογή πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη, διαβιβάζεται αυτή και πάλι στους τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες που αναλαμβάνουν αυτήν τη φορά να κάνουν και μια λεπτομερέστερη επεξεργασία και ανάλυση των βασικών στόχων του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής πολιτικής με την κατάρτιση ειδικών μελετών, δηλαδή των μεμονωμένων σχεδίων των διάφορων υποκλάδων οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας που θα χρειαστούν οπωσδήποτε για την τελική σύνθεση του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης. Η σχετική επεξεργασία και ανάλυση γίνεται κατά υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας.

στ) Σύνθεση του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης

Αφού καταρτιστούν οι ειδικές μελέτες από τις επιτροπές και ομάδες εργασίας των τεχνοκρατών, ειδικών επιστημόνων και εμπειρογνώμωνων, ακολουθεί το στάδιο της σύνθεσης του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης που συνήθως γίνεται κάτω από την εποπτεία μιας αρμόδιας για τον προγραμματισμό κρατικής υπηρεσίας. Η σύνθεση σε αυτήν την περίπτωση αποτελείται από την εναρμόνιση της μικροτουριστικής επεξεργασίας του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής

ανάπτυξης προς την αντίστοιχη μακροτουριστική επεξεργασία και αντίστροφα σε ένα συνεπές σύνολο. Η επεξεργασία του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης σε αυτό το στάδιο μπορεί να οδηγήσει σε μια αναθεώρηση και επανεκτίμηση των βασικών στόχων του, οπότε τα νεότερα στοιχεία θα πρέπει και πάλι να τεθούν υπόψη των φορέων της πολιτικής εξουσίας, δηλαδή της κυβέρνησης, που αποφασίζουν για το τελικό σχέδιο του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης.

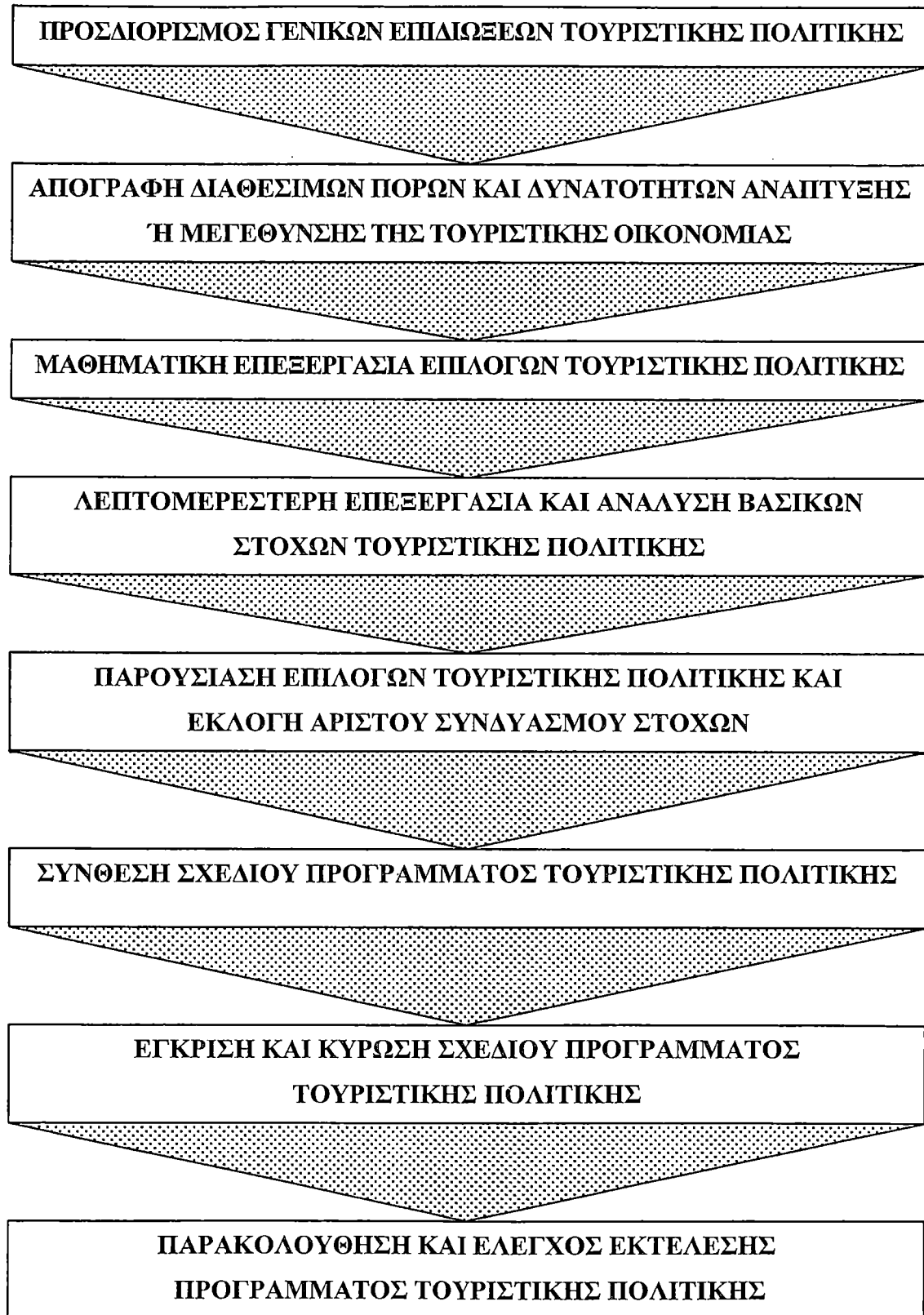
ζ) Έγκριση και κύρωση του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά τη σύνθεση του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής πολιτικής εγκρίνεται αυτό από την πολιτική εξουσία που στη συνέχεια το προωθεί μεμονωμένα ή ενσωματωμένο σε κάποιο μεσοχρόνιο ή μακροχρόνιο πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης στη βουλή για ψήφιση, οπότε και αποκτά νομική υπόσταση.

η) Παρακολούθηση και έλεγχος της εκτέλεσης του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά την έγκριση του σχεδίου προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης από την πολιτική εξουσία και την κύρωση του από τη βουλή ακολουθεί το στάδιο της οργάνωσης του μηχανισμού παρακολούθησης και ελέγχου της εκτέλεσης του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης. Το στάδιο αυτό που είναι και το τελευταίο περιλαμβάνει τη χρονική κλιμάκωση της εφαρμογής των μέτρων και των θεσμικών αλλαγών με βάση ένα χρονοδιάγραμμα, καθώς επίσης τη δημιουργία των κατάλληλων φορέων παρακολούθησης και ελέγχου με βάση οργανογράμματα και σαφείς οδηγίες σε ό,τι αφορά στις δικαιοδοσίες και αρμοδιότητες τους. Η ευθύνη όμως για την εφαρμογή του προγράμματος της τουριστικής πολιτικής δεν ανήκει στους τεχνοκράτες, εμπειρογνώμονες και ειδικούς επιστήμονες, αλλά αποκλειστικά και μόνο στους φορείς της πολιτικής εξουσίας.

Διάγραμμα 2.7 : 'Στάδια προσέγγισης του προβλήματος του τουριστικού προγραμματισμού'



2.8 Οι κυριότεροι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να επιδιώκει κατά κύριο λόγο την επίτευξη των παρακάτω στόχων:

(α) Την παροχή ενός πλαισίου για την αύξηση του εισοδήματος και κατ' επέκταση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων που κατοικούν μόνιμα σε έναν τουριστικό 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, τουριστικά κέντρα, θέρετρα κλπ., έτσι ώστε να αποφεύγεται η μόλυνση του περιβάλλοντος, η διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας και η υποβάθμιση της ποιότητας ζωής 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 του 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 αγαθών 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 προϊόντων 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 προϊόντων 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 προϊόντων και υπηρεσιών σε δοσμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΦΟΡΑ –ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

3.1 Οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων

Ο άνθρωπος εκτός από τις βασικές ανάγκες ή επιθυμίες (ή βιοτικές, όπως χαρακτηρίζονται αυτές και αλλιώς) έχει και άλλες ανάγκες ή επιθυμίες, ανάμεσα στις οποίες είναι και οι τουριστικές. Λέγοντας τουριστικές ανάγκες ή 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 ή επιθυμιών των ανθρώπων χαρακτηρίζονται σαν τουριστικά αγαθά, δηλαδή τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες.(Καλφιώτης Στ. 1976, σελ.147)

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

Από τον ορισμό της τουριστικής οικονομίας γνωρίζει κανείς ότι αυτή προκαλεί την ανάπτυξη ορισμένων οικονομικών δραστηριοτήτων, που έχουν σα 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 ή επιθυμίες είναι αυτές που αναγκάζουν τους ανθρώπους 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 ή επιθυμίες ή τουλάχιστον όσο το δυνατό περισσότερες από αυτές.

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

3.2 Τα τουριστικά αγαθά

Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των μελών μιας σύγχρονης κοινωνίας προϋποθέτει την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών αγαθών. Τα αγαθά αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή υλικών αγαθών, δηλαδή προϊόντων, όπως είναι για παράδειγμα τα φαγητά και ποτά που καταναλώνουν οι τουρίστες ή άυλων αγαθών, δηλαδή υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα η διαμονή σε ξενοδοχείο και η ψυχαγωγία των τουριστών. Στα άυλα τουριστικά αγαθά περιλαμβάνονται 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.

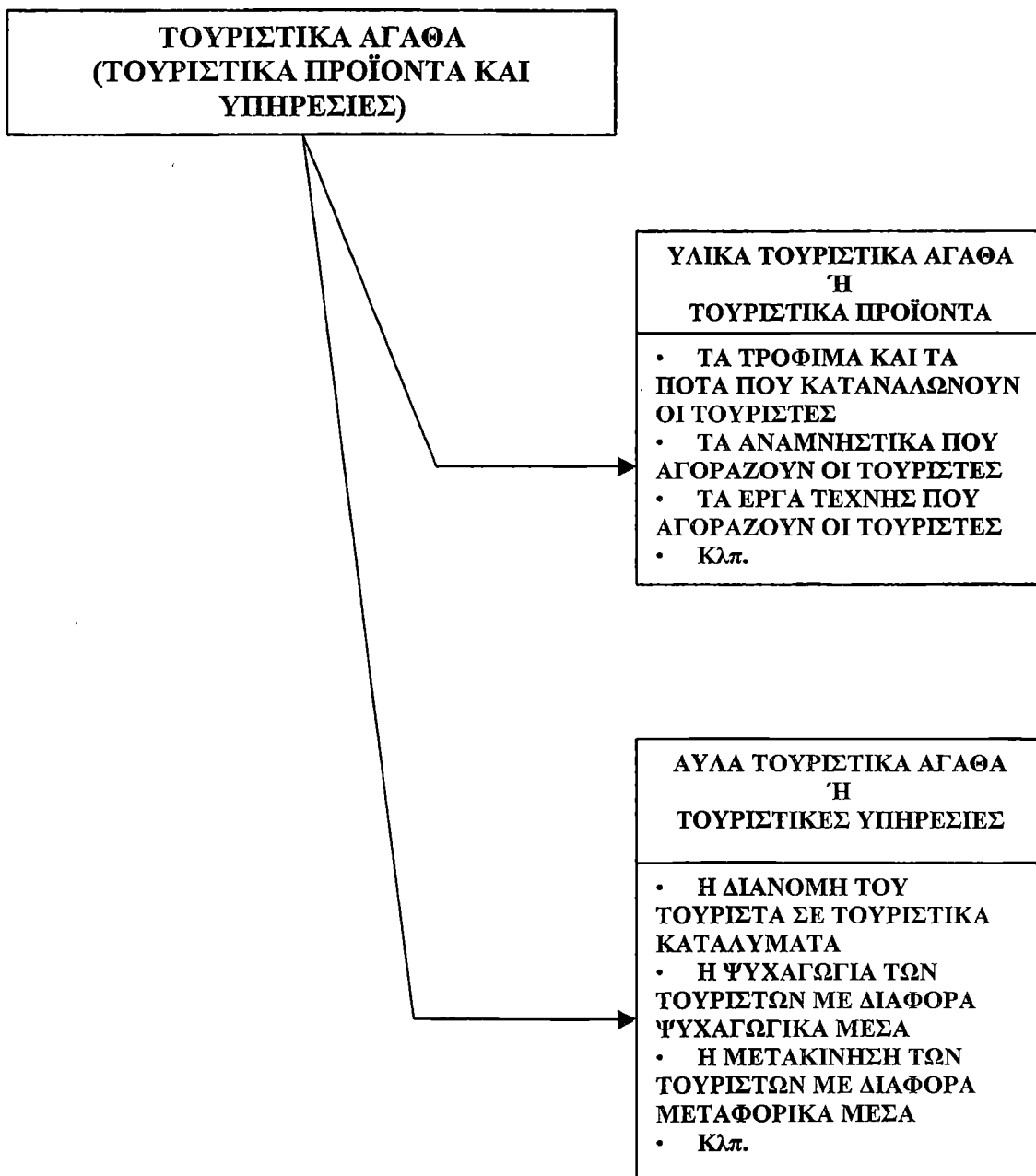
Πολλά από τα αγαθά που χρειάζεται ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες βρίσκονται ελεύθερα στη φύση, όπως το φως και η θερμότητα του ηλίου, το οξυγόνο του ατμοσφαιρικού αέρα, η δροσιά κλπ. Τα αγαθά αυτά χαρακτηρίζονται συνήθως σαν ελεύθερα αγαθά και δεν αποτελούν αντικείμενο 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 άυλων τουριστικών αγαθών, δηλαδή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που είναι αποτέλεσμα της παραγωγικής προσπάθειας των ανθρώπων και που χρησιμεύουν για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Τα αγαθά αυτά χαρακτηρίζονται όπως είναι γνωστό και σαν οικονομικά αγαθά, 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 αγαθά παρουσιάζουν την εξής ιδιομορφία σε σχέση με τα υλικά τουριστικά αγαθά: η χρήση των περισσότερων γίνεται αποκλειστικά και μόνο στον τόπο της παραγωγής τους από αυτούς που έχουν την ανάγκη τους ή την επιθυμία να τα αποκτήσουν, δηλαδή τους τουρίστες. Τέτοιου είδους αγαθά είναι για παράδειγμα οι υπηρεσίες φιλοξενίας που παράγουν τα τουριστικά καταλύματα σε συγκεκριμένο τόπο υποδοχής τουριστών,

καθώς επίσης οι υπηρεσίες σίτισης που παράγουν τα εστιατόρια ή οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας που παράγουν οι όπερες, τα θέατρα κλπ. στον ίδιο πάντα τουριστικό προορισμό.

Διάγραμμα 3.2 : 'Οι βασικές διακρίσεις τουριστικών αγαθών'



3.3 Τουριστικό προϊόν-εισόδημα

Η συνολική παραγωγή των προϊόντων 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 των παραγόντων της τουριστικής προσφοράς όσο και των απασχολουμένων στην τουριστική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα θα μπορούσε να ειπωθεί ότι το άθροισμα της αξίας των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγει μια τουριστική οικονομία σε μια ορισμένη περίοδο, που συνήθως είναι ένα έτος, χαρακτηρίζεται σαν ακαθάριστο τουριστικό προϊόν.(Foster Douglas, 1986,σελ.1-12)

Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν μπορεί να προσδιοριστεί με δύο τρόπους:

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

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

α) Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σα δαπάνη

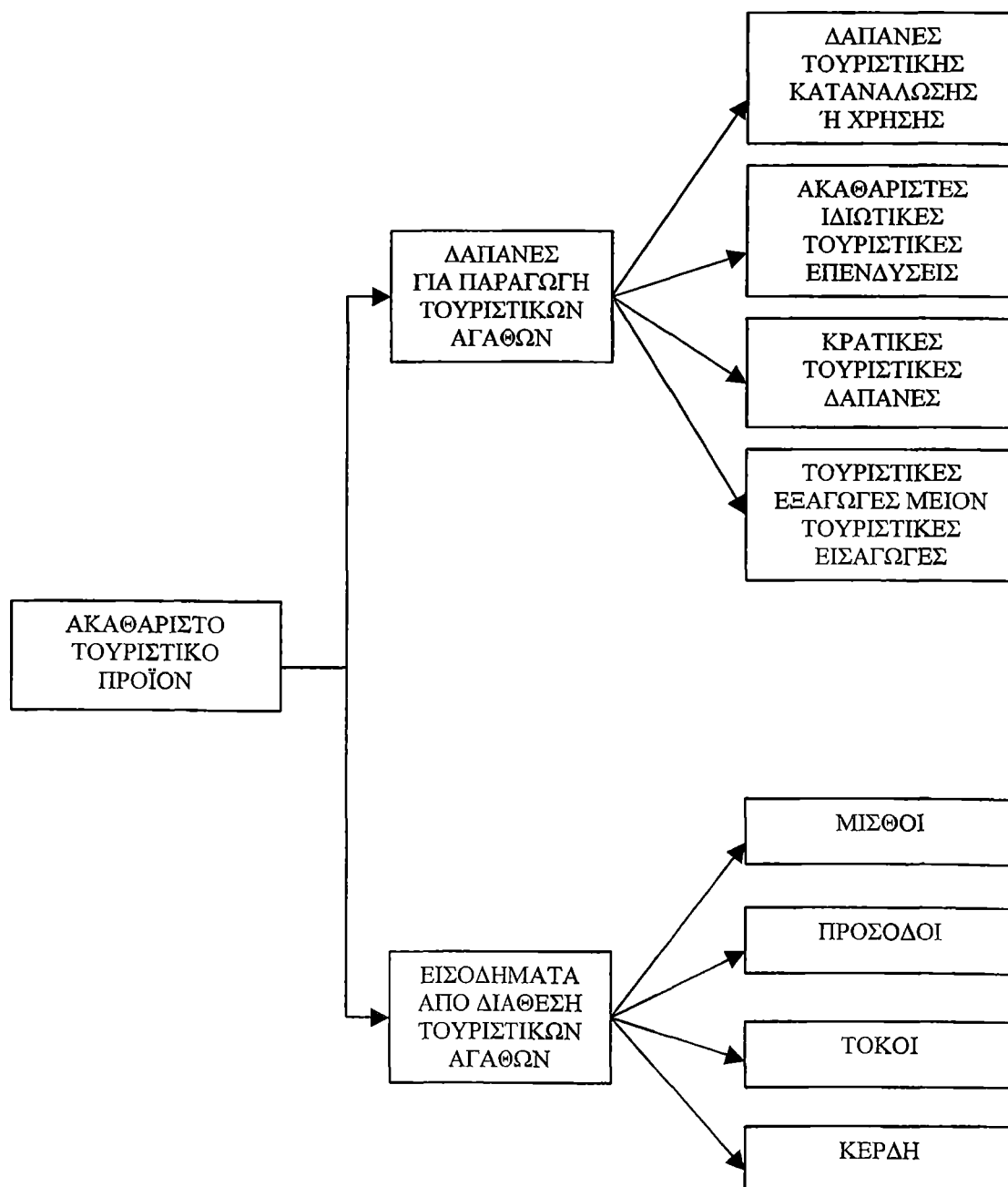
Οι διάφορες δαπάνες που πραγματοποιούνται για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μπορούν να χωριστούν στις παρακάτω κατηγορίες: (Hathamann R,1986, σελ. 23)

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

(2) *Ακαθάριστες ιδιωτικές τουριστικές επενδύσεις:* περιλαμβάνουν το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουριστικές επιχειρήσεις για την αγορά νέων κεφαλαιουχικών αγαθών, 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.

Διάγραμμα 3.3(α): 'Ο προσδιορισμός του ακαθάριστου τουριστικού προϊόντος σαν δαπάνη και σαν εισόδημα'



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

β) Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν σαν εισόδημα

Τα διάφορα εισοδήματα που δημιουργούνται στην τουριστική οικονομία σε δοσμένο τόπο και χρόνο από την παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μπορούν να χωριστούν στις παρακάτω κατηγορίες :(Metcet KCR,1976 σελ. 10)

(1) *Μισθοί*: περιλαμβάνουν το σύνολο των αμοιβών του παραγωγικού συντελεστή εργασίας που συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Στους μισθούς περιλαμβάνονται εκτός από τις αμοιβές σε χρήμα των απασχολούμενων 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 νοίκια που εισπράττουν οι ιδιοκτήτες ακίνητης περιουσίας από εκμισθώσεις 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 από τις εισπράξεις που πραγματοποιούνται από τη διάθεση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών

αφαιρεθούν οι πληρωμές που έγιναν για να παραχθούν και διατεθούν. 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 δε 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 παρακάτω:

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

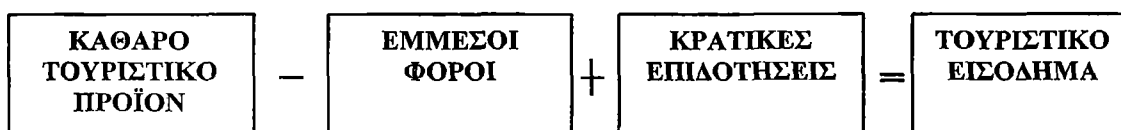
(β) Στην τιμή διάθεσης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και επομένως και στην τουριστική δαπάνη, περιλαμβάνονται και οι έμμεσοι φόροι που όπως είναι γνωστό δεν εμφανίζονται πουθενά σαν εισόδημα. Κατά συνέπεια για να είναι το άθροισμα των δαπανών που πραγματοποιούνται για την απόκτηση του ακαθάριστου 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 αποσβέσεις και οι έμμεσοι φόροι.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι για να διατηρηθεί η παραγωγική ικανότητα μιας τουριστικής οικονομίας στο ίδιο τουλάχιστον επίπεδο, θα πρέπει το κεφάλαιο που αναλώθηκε για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων 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 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.

Διάγραμμα 3.3(β): ‘Σχηματισμός τουριστικού εισοδήματος’



Τέλος σε ότι 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 φορείς της πολιτικής εξουσίας 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 στόχο, όπως είναι για παράδειγμα η τουριστική ανάπτυξη ή μεγέθυνση.

3.4 Οι προσδοκίες για εισόδημα – τιμές τουριστικών αγαθών

Οι προσδοκίες του τουρίστα, σχετικά με το πώς θα διαμορφωθούν μελλοντικά οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ή το εισόδημά του και ειδικότερα το διακριτικό του [εισόδημα, επιδρούν καθοριστικά στη λήψη ,απόφασης εκ μέρους του σχετικά με τις ποσότητες, ποικιλίες και ποιότητες των τουριστικών αγαθών που θα καταναλώσει ή χρησιμοποιήσει σε δοσμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο προκειμένου να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Αν ο τουρίστας έχει ενδείξεις ότι η τιμή ενός ή περισσότερων τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών θα αυξηθεί, είναι πολύ πιθανό να αυξήσουν τις τρέχουσες αγορές τους, ώστε να κερδίσουν από τη χαμηλότερη τιμή που είναι διαμορφωμένη για αυτά προς το παρόν στην τουριστική αγορά. Το ίδιο ακριβώς όμως μπορεί να συμβεί σε περίπτωση που περιμένει αυτός να αυξηθεί μελλοντικά το διακριτικό εισόδημά του. Με άλλα λόγια μπορεί ο τουρίστας να αυξήσει την κατανάλωση ή χρήση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών εν όψει κάποιας αύξησης του εισοδήματός του που προσδοκά.

3.5 Ο ελεύθερος χρόνος για τουρισμό

Η αλματώδης πρόοδος της επιστήμης και η θεαματική εξέλιξη της τεχνολογίας που σημειώθηκαν στον αιώνα μας και ειδικότερα από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και μετά, είχαν σα συνέπεια μεταξύ των άλλων, την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας και κατ' επέκταση της παραγωγής γενικά. Όλα αυτά, εκτός από μια βελτίωση των συνθηκών και όρων εργασίας των ανθρώπων, οδήγησαν και σε μια βελτίωση τόσο της οικονομικής όσο και της κοινωνικής τους θέσης.

Στις μεγάλες κοινωνικές κατακτήσεις των εργαζομένων περιλαμβάνεται και αυτή της βαθμιαίας μείωσης του ωραρίου εργασίας που, όπως είναι γνωστό, επιτεύχθηκε ύστερα από μακροχρόνιους δυναμικούς, επίμονους και αιματηρούς αγώνες. Και ακόμα η μείωση των ημερών εργασίας εβδομαδιαία, το ελαστικό ωράριο εργασίας και η αύξηση των ημερών της ετήσιας άδειας με αποδοχές.

Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης του σύγχρονου τουριστικού φαινομένου είναι αναμφισβήτητα και ο ελεύθερος χρόνος που οι άνθρωποι διαθέτουν συνήθως για τουρισμό. Θα πρέπει όμως να διευκρινιστεί ότι ο ελεύθερος χρόνος για τον οποίο ο λόγος αναφέρεται στους εργαζομένους και όχι σε ειδικές κατηγορίες ανθρώπων όπως είναι για παράδειγμα οι συνταξιούχοι, οι εισοδηματίες κλπ., όπου ο ελεύθερος χρόνος τους είναι οπωσδήποτε αυξημένος.

Η έκταση του ελεύθερου χρόνου παρουσιάζει δύο όψεις και συγκεκριμένα μια βραχυχρόνια που καλύπτει το εικοσιτετράωρο και με επέκταση την εβδομάδα ή το μήνα και μια μακροχρόνια που καλύπτει το έτος. Ο ελεύθερος χρόνος μέσα στο εικοσιτετράωρο ολοένα και διευρύνεται σε βάρος του ωραρίου εργασίας. Παρόλα αυτά όμως η διεύρυνση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων μέσα στο εικοσιτετράωρο παρουσιάζει περιορισμένο ενδιαφέρον αναφορικά με τον τουρισμό, επειδή η μετακίνηση των ανθρώπων για τουριστικούς σκοπούς προϋποθέτει πρόσκαιρη απομάκρυνση από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους, συνήθως για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του εικοσιτετραώρου, αν και είναι δυνατό ο χρόνος αυτός συσσωρευτικά να χρησιμοποιηθεί σε κάποια στιγμή, δημιουργώντας έτσι μια από τις βασικότερες προϋποθέσεις της τουριστικής μετακίνησης. Ο ελεύθερος χρόνος που εξοικονομείται με αυτόν τον τρόπο έχει βέβαια ενδιαφέρον, από πλευράς τουρισμού, εφόσον χρησιμοποιηθεί για τουριστικούς λόγους και συγκεκριμένα για μορφές τουρισμού, όπως αυτές που ήδη περιγράφηκαν.

Τα μεγάλα περιθώρια ελεύθερου χρόνου συνδέονται άμεσα με το γενικό τουρισμό, εφόσον βέβαια ο χρόνος αυτός χρησιμοποιηθεί, όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, για τουριστικούς σκοπούς. Κατά συνέπεια όσο μεγαλύτερα είναι τα περιθώρια ελεύθερου χρόνου που έχει στη διάθεση του ο άνθρωπος σήμερα τόσο μεγαλύτερα είναι τα περιθώρια ικανοποίησης των διάφορων αναγκών και επιθυμιών του, μεταξύ των οποίων βέβαια και των τουριστικών με την πλατιά έννοια του όρου.

Όλα όσα εκτέθηκαν πιο πάνω αποδεικνύουν ότι ο ελεύθερος χρόνος, που διαθέτουν οι άνθρωποι για τουρισμό, επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πραγματικά αυτός αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης.

3.6 Η τουριστική αγορά

Τα αγαθά που παράγει η τουριστική οικονομία, δηλαδή τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πουλιούνται απ' 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. Παρόλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι η αγοραπωλησία δε γίνεται πάντα σε ένα καθορισμένο χώρο, όπως είναι για παράδειγμα η υποδοχή του ξενοδοχείου ή ο χώρος συναλλαγών των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators). Συγκεκριμένα μπορεί αυτή να γίνει χωρίς τη φυσική παρουσία των πωλητών και αγοραστών τουριστικών αγαθών, όπως για παράδειγμα με ένα τέλεξ, 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 αγαθών, 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 κάθε αγορά, 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 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 αγαθών. Σε ό,τι αφορά στην προσφορά τουριστικών αγαθών αυτή θα πρέπει να πληρεί ορισμένες βασικές προϋποθέσεις και συγκεκριμένα την ύπαρξη παραγωγών τουριστικών αγαθών 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 αγαθών και αυτή με τη σειρά της θα πρέπει να πληρεί ορισμένες προϋποθέσεις και

συγκεκριμένα την ύπαρξη ανθρώπων με τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, με αγοραστική δύναμη και αγοραστική συμπεριφορά.

Η συμπεριφορά του αγοραστή τουριστικών προϊόντων 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 επισημανθούν και να μελετηθούν σε γενικεύσεις από τους παραγωγούς τουριστικών αγαθών και αυτό γιατί η τουριστική αγορά δεν είναι απλά μια άμορφη μάζα αγοραστών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που αντιδρούν κατά τύχη, δηλαδή συμπτωματικά στο τουριστικό μάρκετινγκ των tour operators, 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 διευκολύνει την ανάλυση της που γίνεται για να επιτευχθεί ένας καλός συνδυασμός τουριστικής αγοράς-τουριστικού αγαθού 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 παρακάτω συμπεράσματα:

(α) Κάθε εμπορικό σήμα ή φίρμα τουριστικού αγαθού φαίνεται 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 πως τμήματα της τουριστικής αγοράς, όπου μια τουριστική επιχείρηση έχει τους περισσότερους πελάτες, διαφέρουν αναφορικά με το τι θέλουν και πως επηρεάζονται από άλλα τμήματα της τουριστικής αγοράς, όπου οι ανταγωνίστριες τουριστικές επιχειρήσεις έχουν περισσότερους πελάτες.

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

Μια σωστή ανάλυση τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς βοηθάει μια τουριστική επιχείρηση στα παρακάτω:

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

(β) Να σχεδιάσει το τουριστικό αγαθό 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 αγαθών στα τμήματα εκείνα της τουριστικής αγοράς όπου υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες μεγιστοποίησης των κερδών της.

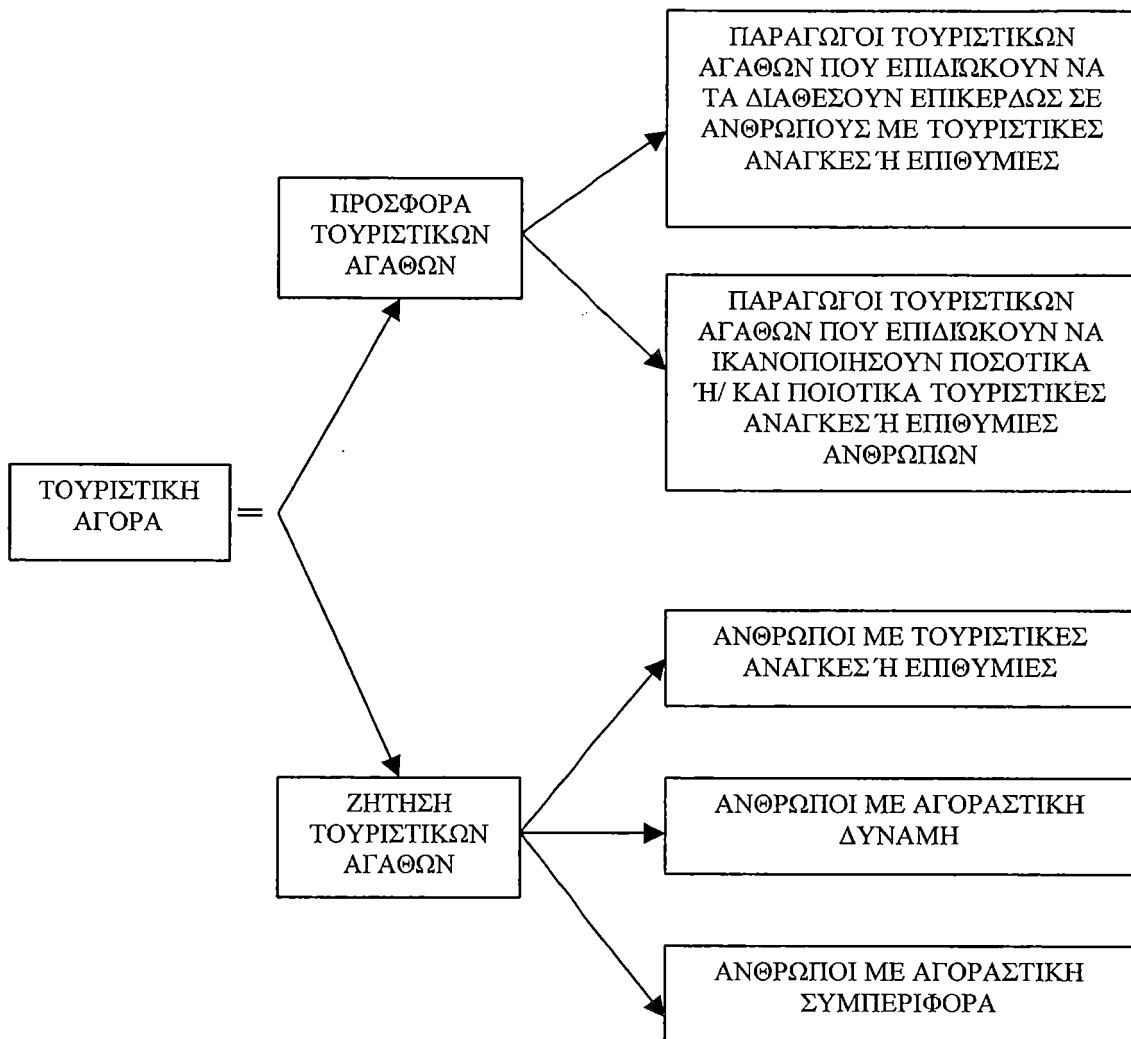
(δ) Να χαράξει μια ορθολογική στρατηγική στη διαφημιστική της εκστρατεία, διαλέγοντας τα πιο κατάλληλα διαφημιστικά μέσα και κατανέμοντας τα διαφημιστικά έξοδα της ανάλογα με την αποτελεσματικότητα του κάθε διαφημιστικού μέσου.

(ε) Να προσαρμόσει το χρόνο διαφήμισης και της προσπάθειας προώθησης του τουριστικού αγαθού, 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.

Τέλος 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 τμημάτων της, καθώς επίσης να είναι προσπελάσιμα αυτά, δηλαδή να μπορούν να φταστούν και να εξυπηρετηθούν όσο το δυνατό πληρέστερα και καλύτερα γίνεται.

Διάγραμμα 3.6: 'Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής αγοράς'



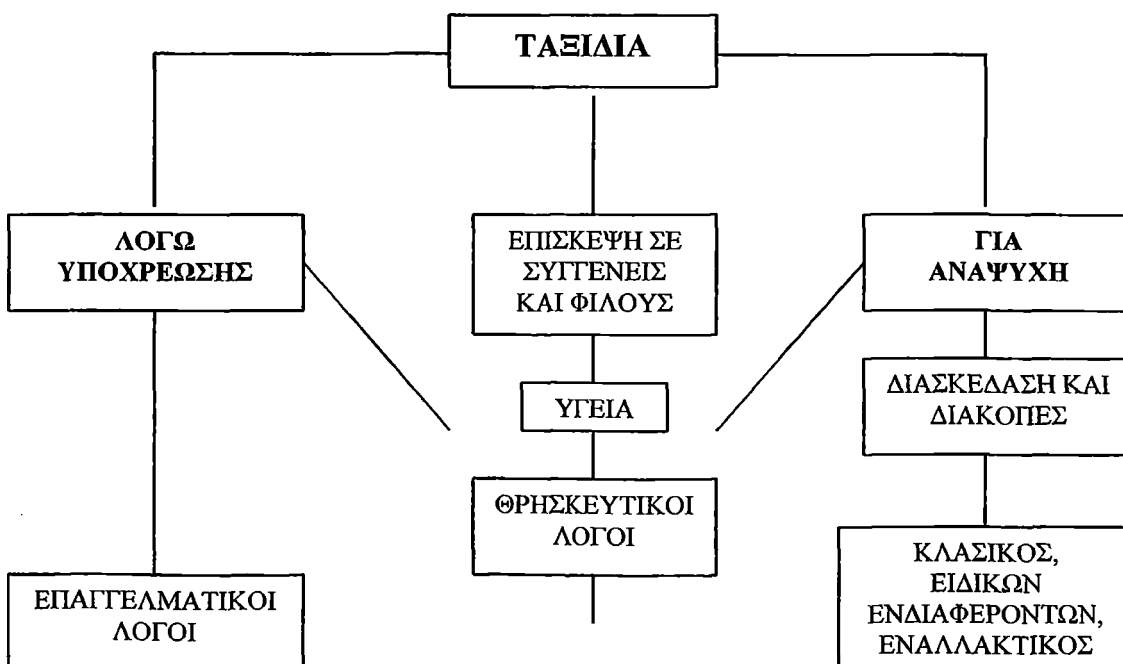
3.7 Τουριστική ζήτηση (Γιατί οι άνθρωποι ταξιδεύουν)

Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για δύο λόγους:

(α) *Επειδή είναι υποχρεωμένοι.* Επειδή πρέπει να πάνε κάπου για επαγγελματικούς λόγους, ή αισθάνονται υποχρέωση για θρησκευτικούς λόγους, ή για λόγους που σχετίζονται με την οικογένεια ή τους φίλους τους, ή για λόγους υγείας.

(β) *Για αναψυχή.* Επιλέγουν να εκδράμουν για αναψυχή – για να διασκεδάσουν, να ξεκουραστούν, να ζήσουν την περιπέτεια, να αποδράσουν από την καθημερινότητα, να ανακαλύψουν κάτι νέο, να ζήσουν συγκινήσεις, να αθληθούν, να ερωτευτούν, ή για οποιονδήποτε άλλο λόγο που μπορεί να τους προσφέρει ευχαρίστηση. Οι λόγοι αυτοί διαφέρουν από άτομο σε άτομο και όλοι μαζί συνθέτουν τον τουρισμό για αναψυχή. Τα ταξίδια αναψυχής παίζουν κεντρικό ρόλο στην κατανόηση του τουρισμού. Συνδέονται με την ανάπτυξη της έννοιας της ‘αναψυχής’, η οποία είναι παράγωγο της κοινωνικής και οικονομικής προόδου. Αποτελεί σημαντικό συστατικό στοιχείο του σύγχρονου πολιτισμού, τμήμα κάθε σύγχρονης έννοιας της ελευθερίας έκφρασης του ατόμου και αντικείμενο έντονων και ανταγωνιστικών διεθνών δυνάμεων της χώρας. Τα ταξίδια για αναψυχή μπορούν να διαιρεθούν σε τρεις κατηγορίες: κλασικό τουρισμό, τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και εναλλακτικό τουρισμό.

Διάγραμμα 3.7: ‘Λόγοι ταξιδιών των ανθρώπων’



3.8 Ζήτηση και προσφορά

Η ενθάρρυνση αναπτύξεως του εγχώριου τουρισμού, με όλες τις ευμενείς οικονομικές και μη επιπτώσεις που μια τέτοια εξέλιξη συνεπάγεται, θα μπορούσε να προέλθει από δράσεις και πρωτοβουλίες που εκπορεύονται τόσο από την πλευρά της ζήτησεως όσο και από την πλευρά της προσφοράς.

ΖΗΤΗΣΗ

(α) Σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοικήσεως (Δήμοι, Κοινότητες) ή και σε επίπεδο άλλης φύσεως πληθυσμιακών πυρήνων (χωριό, πολιτιστικός σύλλογος κ.ο.κ.) θα ήταν εφικτό να οργανωθούν προγράμματα "γνωριμίας της πατρίδας". Αυτό αφορά κυρίως στο μη αστικό τμήμα του πληθυσμού της χώρας, στην επαρχία, όπου η τουριστική κινητικότητα είναι πολύ χαμηλή, αιτιαζομένη από μη κατά κύριο λόγο οικονομικές παραμέτρους.

(β) Σε θεσμικό επίπεδο, η επανεξέταση του τρόπου κατανομής των αδειών για διακοπές των εργαζομένων κατά την διάρκεια του έτους, θα άμβλυνε την έντονη εποχικότητα του εγχώριου τουρισμού, πιθανότατα θα αύξανε και το μέγεθος της.

(γ) Συναφές προς το (β) είναι και η διάρκεια και τα προγράμματα διδασκαλίας και εξετάσεων σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσεως. Αν και είναι η πιο δύσκολη, ίσως, περιοχή για διευθετήσεις, που διευκολύνουν την εγχώρια τουριστική ανάπτυξη, χωρίς να βλάπτουν το εκπαιδευτικό έργο, οπωσδήποτε υπάρχουν και εδώ δυνατότητες, με αιχμή την τριτοβάθμια εκπαίδευση (μείωση εξεταστικών περιόδων, περάτωση των εξετάσεων στο τέλος Μαΐου κ.ο.κ.).

(δ) Εξοικονόμηση πόρων από άλλες "κοινωνικής" φύσεως δράσεις - αμφισβητούμενης αξίας - με σκοπό την διεύρυνση των συναφών προγραμμάτων του Οργανισμού Εργατικής Εστίας και άλλων οργανισμών.

(ε) Ο μοναστηριακός, και όχι μόνο, πλούτος της ελληνικής ορθοδοξίας αποτελεί δυναμική πηγή τουριστικής ζήτησεως για την ενεργοποίηση της οποίας η ευθύνη δεν περιορίζεται μόνον στην πλευρά της εκκλησίας.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Από την πλευρά της προσφοράς θα μπορούσαν να γίνουν πολλά για την άμβλυνση της εποχικότητας αλλά και προσέλκυση της "δυνητικής" εγχώριας τουριστικής ζήτησεως.

(α) Από την πλευρά της πολιτείας, θα είναι καταλυτική για την ενεργοποίηση της ζήτησεως η οργάνωση ενός πλήρους συστήματος πληροφόρησης (δρομολόγια όλων των μεταφορικών μέσων προς όλους τους προορισμούς, διαθέσιμες κλίνες και τιμές σ' όλες τις περιοχές της χώρας και για όλες τις κατηγορίες καταλυμάτων κ.ο.κ.), στο οποίο η πρόσβαση από συλλογικούς φορείς αλλά και φυσικά πρόσωπα να είναι ευχερής.

(β) Η αξιοποίηση του πλήθους των διαθέσιμων ιαματικών πηγών. Η αναβάθμιση των λουτροπόλεων και η αξιοποίηση όλων των υφισταμένων πηγών με κατάλληλη προβολή και κάλυψη μέρους των σχετικών δαπανών θεραπείας από το ασφαλιστικό σύστημα, θα υποκινήσει αξιόλογη ζήτηση και μάλιστα με το χαρακτηριστικό της ομαλής εποχικότητας.

(γ) Προσφορές κλινών σε τιμές που καλύπτουν το οριακό κόστος σε περιόδους εξωαιχμιακές. Γενικότερα, υπάρχουν δυνατότητες με κατάλληλες τιμές πόρτας, που δεν μεροληπτούν κατά του εγχώριου τουρίστα, να δοθεί και από την πλευρά αυτή ώθηση στην εγχώρια τουριστική ζήτηση. Ό,τι υποτίθεται ότι χάνει η ξενοδοχία από την "τιμή κλίνης" θα το κερδίσουν τόσο η ξενοδοχία όσο και οι λοιποί παραγωγοί τουριστικού προϊόντος σε όρους λουπής τουριστικής δαπάνης.

(δ) Ένας παράγοντας με αξιόλογες δυνατότητες προαγωγής του εγχώριου τουρισμού - και όχι μόνον - είναι η οργάνωση σε διάφορες περιοχές της χώρας εορτών, αθλητικών γεγονότων και ποικίλης φύσεως πολιτιστικών και άλλων εκδηλώσεων. Είναι προφανές, ότι άλλες από τις εκδηλώσεις αυτές θα έχουν μόνιμο χαρακτήρα - θα συντελούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα - και άλλες θα έχουν έκτακτο χαρακτήρα. Η αναβίωση εορτών της αρχαιότητας και άλλων περιόδων της ελληνικής ιστορίας αποτελεί ένα τέτοιο παράδειγμα πολιτιστικής εκδηλώσεως.

(ε) Η εξασφάλιση δυνατότητας ξενοδοχειακής εξυπηρέτησεως σε όλες τις περιοχές της χώρας καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Για κάποιο χρονικό διάστημα τούτο θα απαιτήσει, ενδεχομένως, οικονομική ενίσχυση εκ μέρους της πολιτείας, η οποία είναι βέβαιο ότι θα αποδώσει μακροπροθέσμως.

(στ) Η μεγάλη ασυμμετρία που υπάρχει στην προβολή του τουριστικού προϊόντος μεταξύ εγχώριας και εξωτερικής ζήτησεως πρέπει να διορθωθεί τάχιστα. Ο εμπλουτισμός των γνώσεων των εγχώριων υποψηφίων τουριστών για τις δυνατότητες που παρέχει η εγχώρια τουριστική αγορά όχι μόνο είναι πολύ πιθανό να αυξήσει την εγχώρια ζήτηση, αλλά και την ζήτηση αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος εκ μέρους των ελληνικών νοικοκυριών ενδέχεται να μειώσει.

Θα μπορούσε να προχωρήσει κανείς περαιτέρω και με άλλες γενικές σκέψεις ή εξειδίκευση των ανωτέρω διατυπωθεισών απόψεων. Αυτό που πρέπει να επαναληφθεί με έμφαση' είναι ότι ο εγχώριος τουρισμός βρίσκεται σε χαμηλό ακόμη επίπεδο ως μέγεθος, έχει μεγάλες δυνατότητες αναπτύξεως και πρέπει να αναζητηθούν τρόποι αξιοποιήσεως αυτών των δυνατοτήτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΔΥΝΑΜΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

4.1 Το εννοιολογικό περιεχόμενο και η χρησιμότητα της τουριστικής οικονομίας

Η τουριστική οικονομία είναι ένας δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, που μελετάει τις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται κατά τη διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, που προορίζονται για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του ανθρώπου σε δοσμένο 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 προϊόντα και υπηρεσίες. Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων 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 μελετάει και αναλύει τις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται κατά την παραγωγή και κατανάλωση ή χρήση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σε δοσμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. (Bond , 1972 σελ. 37)

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 που

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.

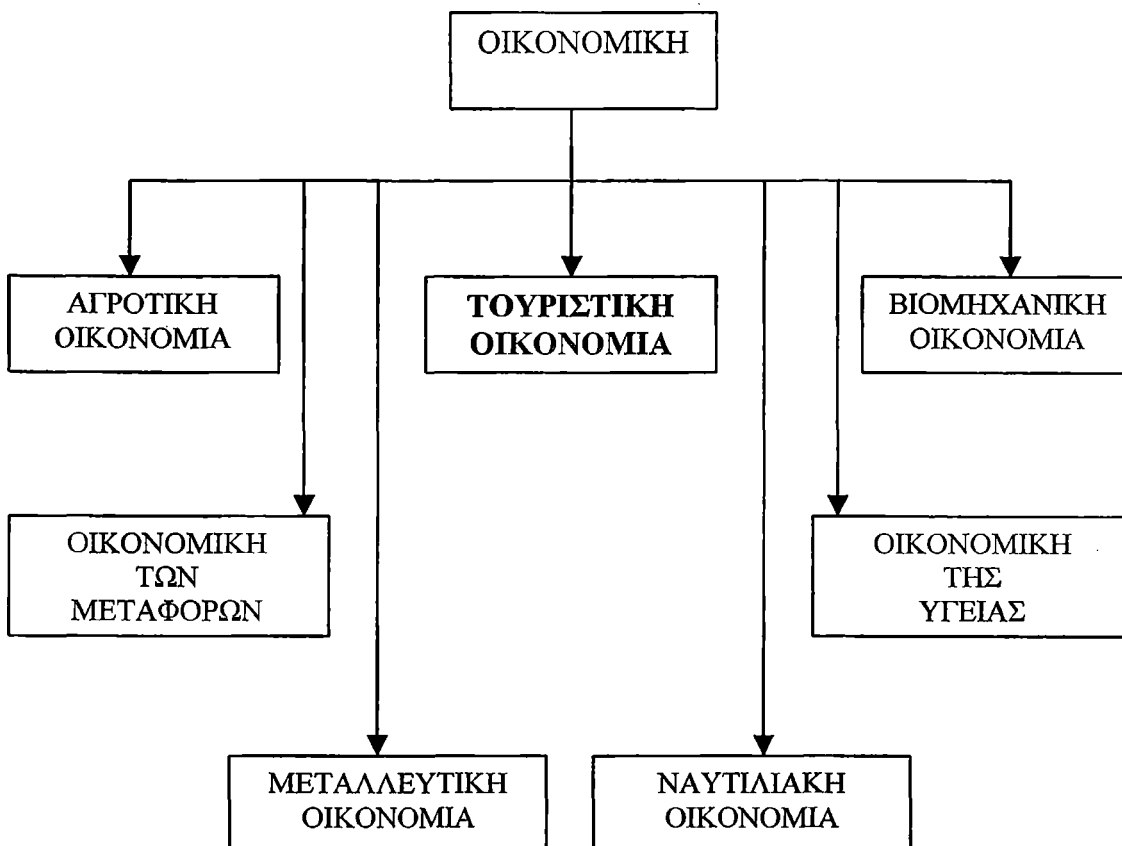
Παλιότερα ο τουρισμός αποτελούσε ένα οικονομικό φαινόμενο περιορισμένης έκτασης και σημασίας, που υπήρχε λίγο πολύ σε λανθάνουσα κατάσταση. Η παραγωγική του δραστηριότητα σαν κλάδου της οικονομίας ήταν στην κυριολεξία ασήμαντη και στις περισσότερες περιπτώσεις χωρίς υπερβολή σχεδόν ανάξια λόγου, η δε 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 εθνικών 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 μετρά οικονομικής πολιτικής.

Ας σημειωθεί ότι την εποχή εκείνη, αλλά και για ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα από τότε, αυτό που απασχόλησε εντελώς ιδιαίτερα την οικονομική σκέψη ήταν ο ρόλος που διαδραμάτισε ο τουρισμός στην ευνοϊκή διαμόρφωση του ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών 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.

Διάγραμμα 4.1: 'Η τουριστική οικονομία και ορισμένοι άλλοι εξειδικευμένοι κλάδοι της οικονομικής'



Η εξέλιξη του τουρισμού και η σύγχρονη ανάπτυξη του που κατά κύριο λόγο του εξασφάλισε μια καίρια θέση ανάμεσα στις διάφορες παραγωγικές 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 αναπτύσσονται μεταξύ εκείνων που με οποιονδήποτε

τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας σε δοσμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο.

4.2 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. Παρόλα αυτά όμως είναι σκόπιμο να προσδιοριστούν από τώρα οι γενικές 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 παρακάτω προβλήματα:

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

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

(γ) Πώς θα γίνει η διανομή των τουριστικών αυτών προϊόντων 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 παρακάτω:

(α) Ποια τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες θα παραχθούν, σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες; Τόσο οι ποσότητες όσο και οι ποιότητες και ποικιλίες των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται σε μια χώρα μέσα σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, μεταβάλλονται συνεχώς. Ορισμένων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών η παραγωγή αυξάνεται, ενώ άλλων μειώνεται ή και αναστέλλεται ακόμα προσωρινά ή μόνιμα αν αυτό κριθεί σκόπιμο. Επίσης νέα τουριστικά προϊόντα 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 ποιο τρόπο, δηλαδή με ποιους μηχανισμούς και με ποια κριτήρια καθορίζονται τα

τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που θα παραχθούν, καθώς επίσης οι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες τους;

(β) *Πώς θα παραχθούν τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες;* Τα διάφορα τουριστικά προϊόντα 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 προϊόντων και υπηρεσιών; Και ακόμα είναι δυνατό ένα τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία να παράγεται ταυτόχρονα με δύο ή και περισσότερους διαφορετικούς τρόπους;

(γ) *Πώς θα γίνει η διανομή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών;* Τα τουριστικά προϊόντα 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 προϊόντων και υπηρεσιών στους ντόπιους και ξένους τουρίστες. Εδώ θα πρέπει να ειπωθεί ότι το πρόβλημα της διανομής των τουριστικών προϊόντων 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 πρόοδο της τουριστικής οικονομίας. Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι κάθε χώρα υποδοχής τουριστών έχει το δικό της τρόπο να λύνει το πρόβλημα της διανομής των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που παράγει. Αυτό δεν είναι αποτέλεσμα αποφάσεων που παίρνουν απομονωμένοι παράγοντες ή ομάδες παραγόντων της τουριστικής προσφοράς, αλλά του τρόπου με τον οποίο 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 προϊόντα 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 προόδου είναι να αυξάνονται οι τουριστικές ανάγκες των ντόπιων και ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Το πρόβλημα της τουριστικής ανάπτυξης είναι αναμφισβήτητα ένα από τα κύρια θέματα της τουριστικής οικονομίας.

4.3 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. (Καλφιώτης Στ, 1976 , σελ. 25)

α) 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 μεγάλος ταξιδιωτικός οργανισμός (tour operators) κλπ. Επειδή όμως οι νόμοι, αρχές, θεωρίες και μοντέλα σε 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 δε 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 μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators), να αντιδράσουν φυσιολογικά με αύξηση της ποσότητας των πακέτων που παράγουν. Ενδέχεται όμως κάποιος μεγάλος ταξιδιωτικός οργανισμός (tour operators) που δεν ενδιαφέρεται να μεγιστοποιήσει ακόμα περισσότερο τα κέρδη του, να μειώσει την παραγωγή του όταν αυξηθεί στην τουριστική αγορά η τιμή του 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 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 γενικεύσεις δε 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 διάφορων 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 προϊόντων 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 δοσμένο 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 εξακολουθούν να ισχύουν επειδή άλλαξαν ορισμένα οικονομικά δεδομένα.

Σε ό,τι αφορά στη χρησιμοποίηση 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 αυτό; να μη διακρίνει σωστά μεταξύ σχετικών και άσχετων γεγονότων και να κατασκευάσει ένα μοντέλο που θα έχει τέτοιες ατέλειες, ώστε να μη μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν αποτελεσματικό εργαλείο ανάλυσης οικονομικών προβλημάτων και τούτο γιατί οι οικονομικές αρχές που θα διατυπωθούν με βάση αυτό, δε 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.

β) Εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία

Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία ή τουριστική πολιτική, όπως συνηθίζεται περισσότερο να λέγεται, ασχολείται με τα μέτρα που παίρνουν οι φορείς της πολιτικής εξουσίας τόσο για να προωθήσουν την ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας όσο και για να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα διάφορα προβλήματα που αναπόφευκτα δημιουργούνται 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 προβλεφθεί τι διαδραματίζεται στην τουριστική οικονομία, αλλά και να προβλεφθούν έγκαιρα ενδεχόμενες μελλοντικές εξελίξεις σε αυτήν που μπορεί να είναι επιθυμητές ή ανεπιθύμητες. Με την άσκηση τουριστικής πολιτικής εκ μέρους των φορέων της πολιτικής εξουσίας είναι δυνατό να ελεγχθούν τέτοιου είδους εξελίξεις και ακόμα να αντιμετωπισθούν αποτελεσματικά οι συνέπειες τους.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες αντιλήψεις, η τουριστική πολιτική αποτελεί ενιαίο σύστημα αρχών, κανόνων και μεθόδων εσκεμμένης επέμβασης του κράτους στην τουριστική οικονομία, με σκοπό την ικανοποίηση όλων εκείνων που με οποιονδήποτε 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 θέτουν κάθε φορά οι φορείς της πολιτικής εξουσίας να είναι ρεαλιστικοί, δηλαδή πραγματοποιήσιμοι, και κυρίως να διατυπώνονται με ακρίβεια και σαφήνεια. Πέρα από αυτό όμως θα πρέπει να εξετάζονται προσεκτικά οι επιπτώσεις 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 αποτελεσματικότητά της.

4.4 Η σχέση μεταξύ οικονομικής και τουριστικής οικονομίας

Δεν είναι δύσκολο να διαπιστώσει κανείς ότι μεταξύ οικονομικής και τουριστικής οικονομίας υπάρχει εξ αντικειμένου στενότερη σχέση και αυτό γιατί η τελευταία, αποτελεί μέρος της πρώτης 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 άυλων αγαθών. Με άλλα λόγια η οικονομική ασχολείται με τις οικονομικές εκείνες σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των μελών του κοινωνικού συνόλου και που έχουν σα σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών τους στο μέτρο πάντα του δυνατού.

Η τουριστική οικονομία, σύμφωνα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ασχολείται και αυτή με τις οικονομικές σχέσεις που 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 δύο 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 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 δύο έχουν σαν αντικείμενο τη μελέτη και ανάλυση οικονομικών φαινομένων, που αναφέρονται στην οικονομική δραστηριότητα του ανθρώπου σε μέλους ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση.

4.5 Η σχέση μεταξύ τουριστικής οικονομίας και άλλων επιστημονικών κλάδων

Αν και είναι αυτοτελές το γνωστικό αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας, σε καμιά περίπτωση δε 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. Στα πλαίσια της τουριστικής μετακίνησης των ατόμων υπάρχουν πολλά και σημαντικά κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα ο ελεύθερος χρόνος, η κοινωνική στρωμάτωση, ο κοινωνικός ρόλος του τουρίστα κλπ. 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 δοσμένο 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 αγαθών ή στις εργασιακές

σχέσεις που 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 ιστορικό-φιλοσοφικές έννοιες που σχετίζονται με την εξουσία, τη θρησκεία και όλους τους πρωτογενείς κοινωνικούς θεσμούς των πρωτόγονων κρατικών κοινωνιών σε όλα τα μήκη και πλάτη του πλανήτη μας. Επίσης ερευνά και αναλύει τις παραγωγικές δυνάμεις τόσο από ιστορικής όσο και από εθνολογικής άποψης, καθώς επίσης και τα προβλήματα της κοινωνικής ένταξης των λαών κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι αιώνων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΟΥ ΔΙΕΠΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

5.1 Οι τουριστικές επιχειρήσεις σαν παραγωγικές μονάδες και οι διάφορες διακρίσεις τους

Για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων είναι απαραίτητο να καταβληθούν ορισμένες ορθολογικά προγραμματισμένες και καλά συντονισμένες ενέργειες, έτσι ώστε τα περιορισμένα διαθέσιμα μέσα που υπάρχουν γι' αυτόν το σκοπό να αποδώσουν όσο το δυνατό καλύτερα. Με άλλα λόγια να εξασφαλιστούν όσο το δυνατό περισσότερα τουριστικά αγαθά και αντίστοιχα να ικανοποιηθούν όσο το δυνατό περισσότερες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Βασικός άξονας όλης αυτής της προγραμματισμένης και συντονισμένης προσπάθειας είναι το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων που, όπως είναι γνωστό, κινούν και ελέγχουν τη δραστηριότητα που αναπτύσσεται στο τουριστικό κύκλωμα, σε ό,τι αφορά στην παραγωγή, διακίνηση και διάθεση των τουριστικών αγαθών.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις με βάση ορισμένα κριτήρια μπορούν να διακριθούν όπως παρακάτω: (Ashet B., 1984, σελ. 2-16)

α) Ανάλογα με τους οικονομικούς στόχους τους

Ανάλογα με τους στόχους που προσπαθούν να πετύχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε κερδοσκοπικές και μη κερδοσκοπικές:

- (1) *Κερδοσκοπικές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που επιδιώκουν με κάθε τρόπο να παράγουν τουριστικά αγαθά που να ικανοποιούν όσο το δυνατό περισσότερες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, πλην όμως αυτή η παραγωγική τους δραστηριότητα είναι καθαρά κερδοσκοπική. Με άλλα λόγια εκπληρώνουν την αποστολή τους αυτή, επιδιώκοντας ταυτόχρονα τη μεγιστοποίηση των κερδών τους.

- (2) *Μη κερδοσκοπικές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που επιδιώκουν με κάθε τρόπο να παράγουν τουριστικά αγαθά που να ικανοποιούν όσο το δυνατό περισσότερες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, πλην όμως αυτή η παραγωγική τους δραστηριότητα κάθε άλλο παρά κερδοσκοπική είναι. Με άλλα λόγια εκπληρώνουν την αποστολή τους αυτή, επιδιώκοντας τα κέρδη τους να καλύπτουν τις λειτουργικές τους δαπάνες. Σε περίπτωση δε που δημιουργηθεί σκόπιμα ή συμπτωματικά κάποιο πλεόνασμα, τότε αυτό πρέπει να διατεθεί αποκλειστικά για τον εκσυγχρονισμό του κεφαλαιουχικού τους εξοπλισμού, την επέκταση της παραγωγικής τους δραστηριότητας κλπ..

β) Ανάλογα με το φορέα τους

Ανάλογα με το φορέα τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε δημόσιες ιδιωτικές και μικτές:

- (1) *Δημόσιες τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν τη κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που φορέας τους είναι το κράτος, η τοπική αυτοδιοίκηση, καθώς επίσης τα διάφορα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, ανεξάρτητα αν αυτά έχουν πλήρη ή μερική αυτοτέλεια. Οι δημόσιες τουριστικές επιχειρήσεις συνήθως δεν είναι κερδοσκοπικές. Κατά συνέπεια κύρια αποστολή τους είναι η όσο το δυνατό μεγαλύτερη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι απέχουν και από κάθε κερδοσκοπική παραγωγική δραστηριότητα.
- (2) *Ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν τη κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που φορέας τους είναι η ιδιωτική πρωτοβουλία, δηλαδή τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου. Κύριο χαρακτηριστικό τους είναι η ιδιοτέλεια που εκφράζεται με την πρόθεσή τους να μεγιστοποιήσουν όσο το δυνατό περισσότερο τα κέρδη τους. Κατά συνέπεια η παραγωγή εκ μέρους τους τουριστικών αγαθών για την

ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων έχουν ως αποκλειστικό κίνητρο τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν απ' αυτή. Κοντολογίς είναι ολοκληρωτικά προσανατολισμένες στο κέρδος.

Οι ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις έχουν όλα τα κύρια γνωρίσματα μιας επιχείρησης. Συγκεκριμένα εφαρμόζουν την οικονομική αρχή, επιδιώκουν μεγιστοποίηση του κέρδους τους και αναλαμβάνουν επιχειρηματικούς κινδύνους. Αυτό ισχύει για όλες χωρίς εξαίρεση τις ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το αντικείμενο της παραγωγικής τους δραστηριότητας και κατ' επέκταση τις συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων που επιδιώκουν να ικανοποιήσουν. Με άλλα λόγια μπορούν να ασχολούνται με την παραγωγή οποιωνδήποτε τουριστικών αγαθών, υλικών και άυλων, όπως είναι για παράδειγμα οι μεταφορές, η φιλοξενία, η ψυχαγωγία, η εστίαση, τα είδη ταξιδιού, τα τουριστικά αναμνηστικά, τα τουριστικά πακέτα κλπ..

- (3) *Μεικτές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν τη κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που φορείς τους είναι τόσο το κράτος με την ευρύτερη έννοια του όρου όσο και οι φορείς της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Οι επιχειρήσεις για τις οποίες ο λόγος αποτελούν συνδυασμό των δύο προηγούμενων κατηγοριών, δηλαδή των δημόσιων και ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων, η δε λειτουργία τους βασίζεται σε καθαρά ιδιωτικό- οικονομικά κριτήρια. Σε ότι αφορά όμως στην αποστολή τους, δηλαδή στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων, αυτή γίνεται με κοινωνικά κριτήρια. Έτσι είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα οι αλυσίδες λαϊκών τουριστικών καταλυμάτων(κάμπινγκ, αναψυκτήρια, κλπ.).

γ) Ανάλογα με το αντικείμενο της παραγωγικής τους δραστηριότητας

Ανάλογα με το αντικείμενο της παραγωγικής τους δραστηριότητας, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε παραγωγής τουριστικών προϊόντων ή /και υπηρεσιών:

- (1) *Τουριστικές επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που ασχολούνται συστηματικά με την παραγωγή τουριστικών προϊόντων, που προορίζονται για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα οι παραγωγής τουριστικών αναμνηστικών, ειδών λαϊκής τέχνης, αντίγραφων μουσειακών εκθεμάτων, απομιμήσεων αρχαίων αγγείων, κλπ.
- (2) *Τουριστικές επιχειρήσεις παραγωγής υπηρεσιών:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που ασχολούνται συστηματικά με την παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών που προορίζονται, για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Τέτοιου, είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τα τουριστικά καταλύματα κάθε είδους, οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators), οι εκμεταλλεύσεις μεταφορών τα τουριστικά αναψυκτήρια, κλπ..

δ) Ανάλογα με τις τουριστικές ανάγκες που ικανοποιούν

Ανάλογα με τις τουριστικές ανάγκες που ικανοποιούν, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διαιρεθούν σε μεταφοράς, στέγασης, εστίασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης και προμήθειας:

- (1) *Τουριστικές επιχειρήσεις μεταφοράς:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση των ανθρώπων σε ότι αφορά στην τουριστική τους μετακίνηση από τη χώρα της μόνιμης διαμονής, τους, στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα. Επίσης σε ό,τι αφορά στις μετακινήσεις τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Τέτοιου είδους

επιχειρήσεις είναι οι διάφορες εκμεταλλεύσεις μεταφορών, όπως για παράδειγμα αεροπορικών, σιδηροδρομικών, οδικών, θαλάσσιων κλπ..

(2) *Τουριστικές επιχειρήσεις στέγασης:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην ικανοποίηση της ανάγκης στέγασης των ανθρώπων κατά την τουριστική τους μετακίνηση, εφόσον ταξιδεύουν οδικά και κυρίως με ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα και η απόσταση που έχουν να διανύσουν μέχρι τη χώρα του τουριστικού τους προορισμού είναι μεγάλη. Κατά κύριο λόγο όμως αποβλέπουν, στην ικανοποίηση των στεγαστικών τους αναγκών στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Τέτοιου είδους τουριστικές επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τουριστικά καταλύματα όλων των ειδών, δηλαδή ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, βίλες μοτέλ, κάμπινγκ κλπ.

(3) *Τουριστικές επιχειρήσεις εστίασης:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην ικανοποίηση των αναγκών διατροφής των ανθρώπων τόσο κατά την τουριστική τους μετακίνηση όσο και κατά τη διαμονή τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τα εστιατόρια και self-service στα πλοία και τα τρένα κατά την τουριστική μετακίνηση με τα συγκοινωνιακά μέσα για τα οποία ο λόγος, καθώς επίσης και κάθε είδους επιχειρήσεις εστίασης, όπως είναι για παράδειγμα εστιατόρια, ταβέρνες, self-service, fast-food, πιτσαρίες κλπ. τόσο κατά την τουριστική τους μετακίνηση, εφόσον βέβαια ταξιδεύουν οδικά με κάποιο μεταφορικό μέσο, όσο και στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού.

- (4) *Τουριστικές επιχειρήσεις ψυχαγωγίας:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων για ψυχαγωγία κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα θέατρα; όπερες, οργανισμοί συναυλιών, φεστιβαλικοί θεσμοί, κινηματογράφοι κλπ.
- (5) *Τουριστικές επιχειρήσεις διασκέδασης:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην ικανοποίηση αναγκών των ανθρώπων για διασκέδαση κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τα καζίνο, τα χορευτικά κέντρα, τα καμπαρέ κλπ.
- (6) *Τουριστικές επιχειρήσεις προμηθειών:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν στην ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων για κάθε είδους ψώνια (shopping) κατά τη διάρκεια της τουριστικής τους μετακίνησης και της διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Ας σημειωθεί ότι αυτές οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν περιορίζονται απλά και μόνο στην προμήθεια¹ των τουριστών με τουριστικά αγαθά, αλλά και με άλλα αγαθά, για τα οποία τους δημιουργείται η ανάγκη ή η επιθυμία να τα αποκτήσουν. Τέτοιου είδους αγαθά μπορεί να είναι για παράδειγμα, βιβλία, φαγώσιμα, καλλυντικά, έργα τέχνης, ρουχισμό;, γραφική ύλη, κοσμήματα, είδη καπνιστού, περιοδικά, εφημερίδες κλπ.

ε) Ανάλογα με το μέγεθος τους

Ανάλογα με το μέγεθος τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν με βάση ορισμένα κριτήρια και συγκεκριμένα με βάση το φορέα τους, τον αριθμό των απασχολουμένων σε αυτές, το ύψος των κεφαλαίων τους, τον τζίρο που πραγματοποιούν και την έκταση της παραγωγικής δραστηριότητας τους σε μικρές, μεσαίες και μεγάλες:

- (1) *Μικρές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που ο κύκλος της παραγωγικής τους δραστηριότητας είναι περιορισμένος. Τέτοιου είδους τουριστικές επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα ξενώνες σε παραδοσιακούς οικισμούς της υπαίθρου, αναψυκτήρια σε επαρχιακά οδικά δίκτυα, ξενοδοχειακές μονάδες οικογενειακού τύπου, πανδοχεία, ταβέρνες, μπαρ, περίπτερα, γραφεία ταξιδιών, μεταφραστικά γραφεία, καταστήματα ειδών λαϊκής τέχνης, βιοτεχνίες τουριστικών ενθυμίων κλπ. Ας σημειωθεί ότι οι μονάδες για τις οποίες ο λόγος είναι κατά το πλείστο ατομικές ή το πολύ οικογενειακές, ο δε κύκλος των παραγωγικών δραστηριοτήτων τους, όπως ήδη ειπώθηκε, περιορισμένος. Επίσης περιορισμένα είναι τα κεφάλαια τους, όπως και ο τζίρος που πραγματοποιούν.
- (2) *Μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις, που ο κύκλος των παραγωγικών τους δραστηριοτήτων είναι αισθητά μεγαλύτερος από εκείνο των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και αισθητά μικρότερος από εκείνο των μεγάλων. Το ίδιο ισχύει λίγο-πολύ επίσης για τα κεφάλαια που διαθέτουν, τον τζίρο που πραγματοποιούν και τα άτομα που απασχολούν. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις μπορεί να είναι οι περισσότερες από αυτές που αναφέρθηκαν σαν παράδειγμα στην περίπτωση των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων, δηλαδή ξενοδοχεία, εστιατόρια, τουριστικά γραφεία, βιοτεχνίες τουριστικών ειδών κλπ., αλλά και πολλές άλλες.
- (3) *Μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που ο κύκλος των παραγωγικών τους δραστηριοτήτων είναι σημαντικά μεγαλύτερος απ' ό,τι των δύο προηγούμενων κατηγοριών. Το ίδιο ισχύει και για τα κεφάλαια που διαθέτουν, τον τζίρο που πραγματοποιούν και το προσωπικό που απασχολούν. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις μπορεί να είναι οι περισσότερες από αυτές που αναφέρθηκαν σαν παράδειγμα στις κατηγορίες των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, δηλαδή ξενοδοχεία, εστιατόρια, τουριστικά γραφεία, βιοτεχνίες τουριστικών ειδών κλπ. Συμπερασματικά θα πρέπει να ειπωθεί ότι η

διάκριση αυτή των τουριστικών επιχειρήσεων σε μικρές, μεσαίες και μεγάλες είναι κάπως πολύ γενική, παρά τη σαφήνεια των κριτηρίων με τα οποία επιχειρείται αυτή και που ήδη αναφέρθηκαν στην αρχή. Αυτό θα πρέπει βασικά να αποδοθεί στο γεγονός ότι μέχρι σήμερα δεν έχει τύχει γενικής αποδοχής η ιδέα μιας ποσοτικοποίησης ορισμένων κριτηρίων, δηλαδή μιας αριθμητικής έκφρασης τους, ιδιαίτερα δε εκείνων που αφορούν στα κεφάλαια των επιχειρήσεων για τις οποίες ο λόγος και στον τζίρο που πραγματοποιούν αυτές. Αν είχε επιτευχθεί κάτι τέτοιο, τότε με τη βοήθεια μιας κλίμακας θα μπορούσε να γίνει η κατάταξη όχι μόνο των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και άλλων επιχειρήσεων σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το μέγεθος τους.

στ) Ανάλογα με την έκταση της παραγωγικής τους δραστηριότητας

Ανάλογα με την έκταση της παραγωγικής τους δραστηριότητας, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε απλής και σύνθετης παραγωγικής δραστηριότητας:

- (1) *Τουριστικές επιχειρήσεις απλής παραγωγικής δραστηριότητας:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που παράγουν ή/ και προσφέρουν ένα μόνο είδος τουριστικών αγαθών, όπως για παράδειγμα τα τουριστικά εκείνα καταλύματα που προσφέρουν μόνο στέγαση, τα εστιατόρια που προσφέρουν μόνο φαγητά, τα μπαρ που προσφέρουν μόνο ποτά, τα τουριστικά πλοία που μεταφέρουν μόνο επιβάτες, οι τουριστικές βιοτεχνίες που παράγουν μόνο τουριστικά ενθύμια κλπ.
- (2) *Τουριστικές επιχειρήσεις σύνθετης παραγωγικής δραστηριότητας:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που παράγουν ή και προσφέρουν περισσότερα από ένα είδος τουριστικά αγαθά, όπως είναι για παράδειγμα τα τουριστικά εκείνα καταλύματα που εκτός από στέγαση προσφέρουν επίσης διατροφή, οινοπνευματώδη ποτά και διασκέδαση, τα εστιατόρια που εκτός από φαγητά προσφέρουν επίσης οινοπνευματώδη ποτά, ποικιλία γλυκών και γενικότερα

είδη καφετέριας, τα μπαρ που εκτός από ποτά προσφέρουν επίσης πρόχειρα γεύματα, τα τουριστικά πλοία που εκτός από επιβάτες μεταφέρουν επίσης τα αυτοκίνητά τους, οι τουριστικές βιοτεχνίες που εκτός από καρτ-ποστάλ παράγουν διάφορα τουριστικά ενθύμια κλπ.

ζ) Ανάλογα με την οργανωτική τους δομή

Ανάλογα με την οργανωτική τους δομή οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν βασικά να διακριθούν σε αυτοτελείς, εξαρτημένες και θυγατρικές:

- (1) *Αυτοτελείς τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που διατηρούν την πλήρη νομική, οικονομική και διοικητική τους αυτοτέλεια. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, βιοτεχνίες τουριστικών ειδών κλπ.
- (2) *Εξαρτημένες τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που διατηρούν μεν τη νομική και οικονομική τους υπόσταση αλλά όχι και τη διοικητική τους αυτοτέλεια. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα ξενοδοχεία, τα οποία οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) θέτουν κάτω από την ενιαία διοίκηση τους κλπ.
- (3) *Θυγατρικές τουριστικές επιχειρήσεις:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που ιδρύονται με πρωτοβουλία της μητρικής τουριστικής εταιρίας και έχουν συνήθως την ίδια ή παραπλήσια φίρμα, όπως επίσης και ίδια νομική υπόσταση. Αυτό όμως που δεν έχουν κοινό είναι διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια, που σημαίνει ότι εξαρτώνται διοικητικά και οικονομικά από τη μητρική τουριστική εταιρία. Τέτοιου είδους τουριστικές επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, πρακτορεία ναυτιλιακών εταιριών, βιοτεχνίες τουριστικών ειδών, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης κλπ. Ο λόγος για τον

οποίο ιδρύονται οι θυγατρικές αυτές τουριστικές επιχειρήσεις είναι πρώτιστα γιατί η μητρική τουριστική εταιρία επιθυμεί να διεισδύσει σε νέες τουριστικές αγορές και με αυτόν τον τρόπο να επεκτείνει τον κύκλο των εργασιών της και κατ' ακολουθία να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της. Κατά δεύτερο όμως λόγω η ίδρυση θυγατρικών τουριστικών εταιριών αποβλέπει στην καλύτερη εξυπηρέτηση της αυξανόμενης πελατείας της μητρικής τουριστικής εταιρίας.

η) Ανάλογα με τη χρονική διάρκεια λειτουργίας τους

Ανάλογα με τη χρονική διάρκεια λειτουργίας τους οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε μονάδες εποχιακής και συνεχούς λειτουργίας:

- (1) *Τουριστικές επιχειρήσεις εποχιακής λειτουργίας:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν ορισμένους μόνο μήνες το χρόνο. Με άλλα λόγια που λειτουργούν εποχιακά. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τα ξενοδοχεία των παραθεριστικών κέντρων ή των κέντρων χειμερινών σπορ, καθώς επίσης κάθε είδους τουριστικές επιχειρήσεις που αναπτύσσουν την παραγωγική τους δραστηριότητα στα κέντρα για τα οποία ο λόγος.
- (2) *Τουριστικές επιχειρήσεις συνεχούς λειτουργίας:* Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν χωρίς διακοπή όλο το χρόνο και ανεξάρτητα από την ένταση και έκταση της παραγωγικής τους δραστηριότητας. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι για παράδειγμα τα ξενοδοχεία των μεγάλων αστικών κέντρων, οι εταιρίες μεταφορών, οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators), οι βιοτεχνίες τουριστικών ειδών κλπ..

5.2 Η τάση συγκέντρωσης της παραγωγικής δραστηριότητας των τουριστικών επιχειρήσεων

Κατά τη μελέτη οργάνωσης της παραγωγικής δραστηριότητας των τουριστικών επιχειρήσεων δε θα πρέπει να διαφεύγει της προσοχής των μελετητών ότι υπάρχουν ορισμένες δυσκολίες που η τουριστική προσφορά αδυνατεί να αποφύγει, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται ορισμένες αρνητικές τάσεις στην τουριστική αγορά που κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν. Οι σημαντικότερες από αυτές συνοψίζονται αμέσως παρακάτω:

(1) Η υπερευαίσθησία που παρουσιάζει ο τουρισμός σαν κλάδος παραγωγικής δραστηριότητας σε περίπτωση οικονομικών υφέσεων, γεωπολιτικών κρίσεων, πολιτικών ασταθειών και εποχιακών διακυμάνσεων της τουριστικής ζήτησης.

(2) Η ανελαστικότητα της τουριστικής παραγωγής έναντι της ελαστικότητας της τουριστικής ζήτησης σε δοσμένο τόπο και χρόνο.

(3) Η αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών εξαιτίας μιας ποσοτικής ή ποιοτικής μεταβολής της τουριστικής προσφοράς ή των τιμών διάθεσης των τουριστικών αγαθών.

(4) Η προτίμηση των τουριστών να υποκαταστήσουν τουριστικά αγαθά λόγω φθηνότερων τιμών στις οποίες προσφέρονται αυτά ή μείωση της αγοραστικής δύναμης του χρηματικού τους εισοδήματος λόγω πληθωρισμού ή μείωση του χρηματικού τους εισοδήματος για οποιαδήποτε αιτία.

(5) Η προτεραιότητα που δίνεται από τους τουρίστες στην ικανοποίηση μιας τουριστικής τους ανάγκης ή επιθυμίας αντί κάποιας άλλης και που έχει αναπόφευκτα σα συνέπεια τη μετατόπιση της τουριστικής ζήτησης και κατ' επέκταση της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι όλες αυτές οι αρνητικές τάσεις στην τουριστική αγορά και γενικότερα στην τουριστική οικονομία προκαλούν όπως¹ είναι φυσικό παράλληλες τάσεις για μια προοδευτική συγκέντρωση των παραγωγικών δραστηριοτήτων πολλών μεμονωμένων τουριστικών επιχειρήσεων.

Όπως είναι γνωστό, η καταπληκτική ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού μεταπολεμικά οδήγησε μεταξύ άλλων και σε μια σημαντική αύξηση των διάφορων τουριστικών επιχειρήσεων που προσπαθούσαν με κάθε τρόπο να επωφεληθούν οικονομικά από την αυξανόμενη ζήτηση τουριστικών αγαθών. Όλα αυτά είχαν σα φυσική συνέπεια να αυξηθεί σημαντικά και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους. Και σα να

μην έφτανε αυτό, άρχισαν να κάνουν ολοένα και περισσότερο αισθητή την παρουσία τους στη διεθνή τουριστική αγορά οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators), οι οποίοι σιγά-σιγά άρχισαν να επιβάλουν τους δικούς τους ρυθμούς και κανόνες του παιχνιδιού. Κοντολογίς άρχισαν να ελέγχουν απόλυτα τη διεθνή τουριστική αγορά και μέχρι ενός σημείου να τη μονοπωλούν. Παράλληλα όμως άρχισαν βαθμιαία να επεκτείνουν την παραγωγική τους δραστηριότητα και σε άλλους υποκλάδους της τουριστικής παραγωγής, όπως για παράδειγμα στην ξενοδοχία και τις μεταφορές, όπου η παρουσία τους γίνεται ολοένα και περισσότερο αισθητή, ιδιαίτερα δε στην ξενοδοχία.

Ο γιγαντισμός αυτός των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators) δεν μπορούσε παρά να δημιουργήσει προβλήματα επιβίωσης στα περισσότερα μικρά και μεσαία τουριστικά γραφεία που ήταν εξειδικευμένα στον εξωτερικό τουρισμό, εξαιτίας του γεγονότος ότι με το πέρασμα του χρόνου περιοριζόταν σημαντικά η ανταγωνιστική τους ικανότητα στη διεθνή τουριστική αγορά και μάλιστα με γοργότερους ρυθμούς από ότι υπολόγιζαν αρχικά.

Το ίδιο ακριβώς πρόβλημα άρχισαν σύντομα να αντιμετωπίζουν και άλλοι υποκλάδοι της τουριστικής οικονομίας και κυρίως η ξενοδοχία, ειδικότερα δε οι μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις των παραθεριστικών κυρίως περιοχών του πλανήτη μας και συγκεκριμένα τόσο των παραδοσιακών όσο και των νέων. Αφορμή της κρίσης που άρχισε να εμφανίζεται απειλητικά για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις των χωρών υποδοχής τουριστών υπήρξε βασικά η προσπάθεια των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators), αλλά και ορισμένων μεγάλων αεροπορικών εταιριών να θέσουν κάτω από τον έλεγχο τους και τη βιομηχανία φιλοξενίας, εξασφαλίζοντας έτσι γι αυτές ακόμα μεγαλύτερα κέρδη.

Ας σημειωθεί ότι οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) στην προσπάθεια τους να θέσουν κάτω από τον έλεγχο τους και την προσφορά υπηρεσιών φιλοξενίας, συνέβαλαν συνειδητά και στην ανάπτυξη της παραξενοδοχίας, η οποία τους εξασφάλιζε φτηνή διαμονή σε ορισμένα τουριστικά πακέτα και κατ' επέκταση αυξημένη ανταγωνιστικότητα στην τουριστική αγορά. Και όλα αυτά μεγιστοποιώντας τα κέρδη τους.

Η συγκέντρωση της τουριστικής παραγωγής στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχειακές, οργάνωσης ταξιδιών, μεταφορών κλπ.), άρχισαν βαθμιαία μεν αλλά σταθερά να γίνονται υπόθεση ρουτίνας. Βασικά επιδιώχθηκε αυτή για διαφορετικούς λόγους τόσο εκ μέρους των μικρών και μεσαίων τουριστικών εταιριών

όσο και εκ μέρους των μεγάλων. Οι μεν μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις την επιδίωξαν για λόγους καθαρά επιβίωσης, επειδή συνειδητοποίησαν ότι σε καμιά περίπτωση δε θα μπορούσαν να αντέξουν για πολύ τον ανταγωνισμό που θα προερχόταν από τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις. Οι μεγάλες πάλι τουριστικές επιχειρήσεις την επιδίωξαν γιατί ήθελαν να θέσουν την τουριστική παραγωγή γενικά κάτω από τον απόλυτο έλεγχο τους. Και αυτό βέβαια για ευνόητους λόγους.

Ας σημειωθεί ότι η τάση συγκέντρωσης της τουριστικής παραγωγής στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις που παρατηρείται στην τουριστική οικονομία, έχει προσλάβει τις μορφές που αναφέρονται πιο κάτω:

α) Της οριζόντιας ολοκλήρωσης

Με αυτήν επιδιώκεται η συνένωση του αυτού είδους τουριστικών επιχειρήσεων, η παραγωγική δραστηριότητα των οποίων περιορίζεται σε ένα μόνο στάδιο παραγωγής του «τουριστικού προϊόντος».(Κώττης Γεώργιος , 1985, ΚΕΦ. X 'κ XVI)

β) Της κάθετης ολοκλήρωσης

Με αυτήν επιδιώκεται η συνένωση διαφορετικού είδους τουριστικών επιχειρήσεων, έτσι ώστε η τουριστική επιχείρηση που θα δημιουργηθεί από τη συνένωση τους να μπορεί να συμμετέχει σε όλα τα στάδια παραγωγής του τουριστικού προϊόντος .

Η τάση συγκέντρωσης της τουριστικής παραγωγής στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις που παρατηρείται στην τουριστική οικονομία, συνοδεύεται αναπόφευκτα και απ' ορισμένες θετικές επιπτώσεις που ασκεί αυτή στις επιχειρήσεις αυτές όταν γίνονται ακόμα μεγαλύτερες, δηλαδή όταν διευρύνεται η οργανωτική τους διάρθρωση και επεκτείνεται η παραγωγική τους δραστηριότητα.

Οι κυριότερες από αυτές τις επιπτώσεις θα μπορούσαν να συνοψιστούν όπως παρακάτω:

(1)Μεγαλύτερες οικονομίες κλίμακας και κατ' επέκταση ακόμα μεγαλύτερη μείωση του κατά μονάδα κόστους παραγωγής τους.

(2)Αποδοτικότερη χρησιμοποίηση του απασχολούμενου εκ μέρους τους ανθρώπινου δυναμικού με την πραγματοποίηση ευρύτερου καταμερισμού και ειδίκευσης της εργασίας.

(3)Εισαγωγή σύγχρονης τεχνολογίας και εφαρμογή νέων μεθόδων στην παραγωγική διαδικασία για την αύξηση της παραγωγικότητας γενικά και τη μείωση του λειτουργικού τους κόστους.

(4)Δυνατότητα ευκολότερης κατάκτησης νέων αγορών ή επέκταση των ήδη υπάρχουσών με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων μάρκετινγκ, που λόγω του σχετικά ψηλού τους κόστους είναι στην κυριολεξία απαγορευτικές για πολλές από αυτές και κυρίως για τις μικρές και μεσαίες.

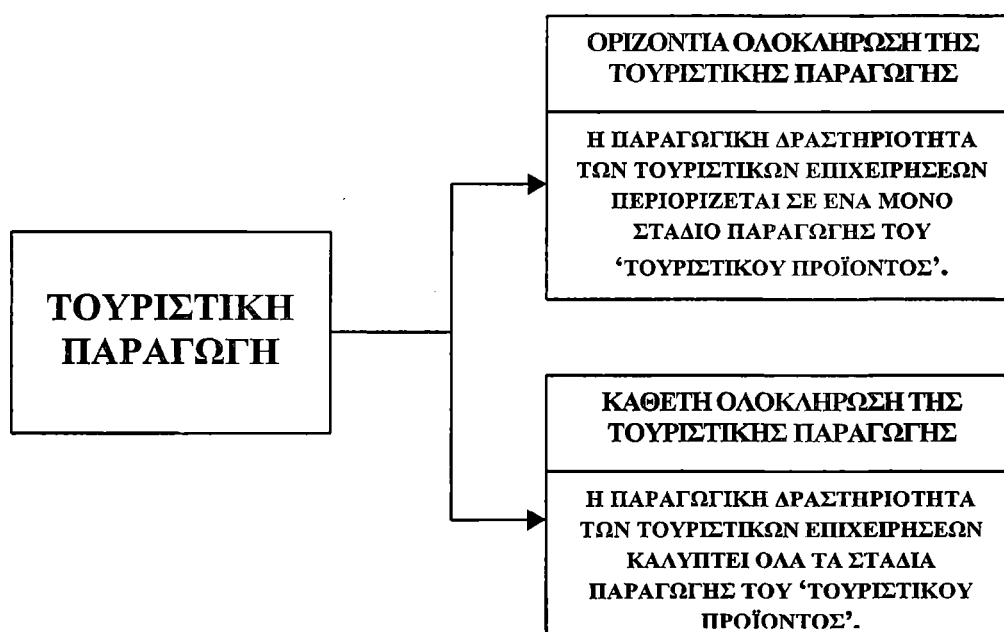
(5)Περιορισμός του εξοντωτικού ανταγωνισμού που αναγκάζει τις περισσότερες από αυτές να εφαρμόζουν πολιτικές τιμών που οδηγούν σε μείωση της τιμής διάθεσης των αγαθών που παράγουν και προσφέρουν στην τουριστική αγορά, κατ' επέκταση δε και στον περιορισμό των κερδών τους.

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι τα πλεονεκτήματα από τη συγκέντρωση της τουριστικής παραγωγής κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν. Παρόλα αυτά όμως δε σημαίνει αυτό ότι μπορεί κανείς να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι μια συνένωση τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί πανάκεια για τα διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν αυτές, αλλά ούτε ότι αυτή είναι απεριόριστη και υποχρεωτική.

Ανεξάρτητα απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, γεγονός είναι ότι η τάση συνένωσης των τουριστικών επιχειρήσεων που παρατηρείται στην τουριστική οικονομία διεθνώς θα συνεχιστεί και στο μέλλον, πλην όμως αυτό σε καμιά περίπτωση δε σημαίνει ότι οι μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις θα πάνουν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην πελατεία τους που, όπως είναι γνωστό, γίνεται σε προσωπική βάση. Κάτι που αποτελεί άλλωστε και το συγκριτικό τους πλεονέκτημα απέναντι των μεγάλων τουριστικών

επιχειρήσεων, το οποίο μόνο μερικά μπορεί να αντισταθμιστεί από αυτές με την παροχή εκ μέρους των φθηνότερων υπηρεσιών στην πελατεία τους και της δυνατότητας περισσότερων επιλογών σε ό,τι αφορά στα τουριστικά πακέτα που ζητούνται εκ μέρους της στην τουριστική αγορά.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι οι μικρές και μεσαίες τουριστικές "επιχειρήσεις δεν μπορούν αλλά και ούτε πρέπει να εξαφανιστούν τελείως και αυτό γιατί οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις ποτέ δε θα μπορέσουν να τις υποκαταστήσουν στο ρόλο που διαδραματίζουν αυτές στην τουριστική οικονομία. Γι αυτό και είναι βέβαιο ότι θα εξακολουθήσουν για πολύ καιρό ακόμα να συνυπάρχουν με τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις και να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους.



Διάγραμμα 5.2: 'Οι μορφές συγκέντρωσης της τουριστικής παραγωγής στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις'

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

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

Ο τουρισμός σα σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο έχει πάρει μια μαζικό χαρακτήρα, γεγονός που τον κάνει να διαφοροποιείται ουσιαστικά από τις παλιότερες μορφές του. Παρόλα 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 ή 1000 έτη κλπ. Η διαφορά μεταξύ των παλιότερων 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 επιθυμία να αλλάξουν προσωρινά περιβάλλον και παραστάσεις. (Λογοθετης Μ., 1982 σελ. 17)

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 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 του τουρισμού καθοριστικό ρόλο διαδραμάτισε η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και κυρίως η λαϊκοποίησή τους, και αυτό γιατί εκτός από τη μαζικότητα και την ομαδικότητα πρόσθεσαν σε αυτόν και το στοιχείο της υπερεθνικότητας, που μαζί με τα δύο πρώτα αποτελούν τα τρία βασικά συνθετικά στοιχεία του σύγχρονου τουρισμού. Εκτός όμως από την

αποφασιστικής σημασίας συμβολή των κάθε είδους μεταφορικών μέσων, υπήρξαν και άλλοι παράγοντες που συμβάλλανε στην ανάπτυξη του τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η δικαιότερη κατανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου, η βελτίωση των όρων εργασίας και αμοιβής των εργαζομένων, η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών σε οικονομικά ασθενέστερες τάξεις, η απλούστευση των διαδικασιών στις μετακινήσεις των ανθρώπων από χώρα σε χώρα, η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων και η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας κλπ..

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιπτώσεών του στις εθνικές οικονομίες, οδήγησε πολλές χώρες όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και στην αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου παραγωγικής δραστηριότητας, γεγονός το οποίο είχε σα συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία η τουριστική οικονομία, που έχει σκοπό τη μελέτη και ανάλυση των οικονομικών συνθηκών και σχέσεων που αναπτύσσονται κατά την παραγωγή και κατανάλωση ή χρήση τουριστικών αγαθών σε δοσμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Με τη λήψη δε μέτρων υπέρ του τουρισμού, αρχίζει η εσκεμμένη επέμβαση των φορέων της πολιτικής εξουσίας στην τουριστική οικονομία που αποβλέπει βασικά στη θέσπιση κανόνων για μία ελεγχόμενη και αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού. Ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός για την ανάπτυξη του τουρισμού και της τουριστικής οικονομίας, που εκδηλώνεται είτε άμεσα με την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής ή ανωδομής είτε έμμεσα με το μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων των κινήτρων γενικότερα, αποτελεί ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σύγχρονου τουρισμού αλλά ταυτόχρονα και μία έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος πραγματικά θέλει να αναπτυχθεί ο τόσο σημαντικός αυτός κλάδος της παραγωγικής δραστηριότητας, γιατί έτσι υπολογίζει να ωφεληθεί και η οικονομία του διαχρονικά από τις ευεργετικές αλυσιδωτές αντιδράσεις του και σε άλλους κλάδους παραγωγής.

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. Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει βασικά δύο 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 ζήτηση. Το δεύτερο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των πρόσκαιρα μετακινούμενων ανθρώπων, αντιπροσωπεύει το καθαρά «παραγωγικό» 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 αγαθών που μπορούν να εκφραστούν όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά, η δε κατανάλωση ή χρήση τους να ικανοποιεί τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Πραγματικά τα τουριστικά αυτά αγαθά υπάρχουν και διακρίνονται σε υλικά και άυλα, δηλαδή σε τουριστικά προϊόντα και τουριστικές υπηρεσίες. Σε περίπτωση δε που προσφέρονται αυτά συνδυασμένα σαν ένα ενιαίο σύνολο και σε μια συνολική τιμή, τότε χαρακτηρίζονται σαν «τουριστικό προϊόν» (tourist product). Κατά μία μάλιστα υπεραπλουστευμένη έκφραση το «τουριστικό προϊόν» ταυτίζεται με «τουριστικό πακέτο» ή «πακέτο περιήγησης» (package tour). Κι επειδή αυτό περιλαμβάνει τουλάχιστον το ταξίδι στον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο με το οποίο θα πραγματοποιηθεί το ταξίδι, τη διαμονή σε ξενοδοχείο ή κάποιας άλλης μορφής κατάλυμα, καθώς επίσης τα transfer, δηλαδή τη μεταφορά των τουριστών από το σημείο άφιξης στο κατάλυμα και αντίστροφα, μπορεί να εκφραστεί παραστατικά με τα παρακάτω τέσσερα συνθετικά στοιχεία: τον τόπο προορισμού (destination), το μεταφορικό μέσο (carrier), το κατάλυμα (accommodation) και τα transfer. Όπως γίνεται αντιληπτό τα τέσσερα αυτά βασικά συνθετικά στοιχεία του «τουριστικού προϊόντος» 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 περιεχομένου του τουριστικού φαινομένου και ότι ρίχτηκε 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 βασικές κατηγορίες εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Αμέσως παρακάτω θα επιχειρηθεί να αναλυθούν αυτές συνοπτικά. Συγκεκριμένα αυτές είναι οι εξής :

α) Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμία περίπτωση δε συνδέεται αποκλειστικά με τον τουρισμό διακοπών-αναψυχής τύπου μακράς διαμονής. Ο συλλογικός-ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται και στον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής της μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού, καθώς επίσης στη συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους διαμονής της χώρας του τουριστικού τους προορισμού. Το άτομο, δηλαδή ο τουρίστας, εντάσσεται ταυτιζόμενο ή μη ταυτιζόμενο σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών και επιθυμιών, συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα ένα minimum ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των μεγάλων, κυρίως, ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators).

Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tours) που προσφέρει αλληλεξαρτόμενες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες, δηλαδή πακέτα (packages), που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, όπως ήδη ειπώθηκε, τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και τα transfer. Στο σύστημα αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών σε διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα στην Ισπανία, το Μαρόκο, την Τυνησία, την Ελλάδα, την Καραϊβική κλπ. Στο ίδιο σύστημα, δηλαδή στο GIT (group inclusive tours), οι παράγοντες κόστος ταξιδιού και απόσταση μεταξύ χώρας προέλευσης και χώρας προορισμού των τουριστών, από τη μία πλευρά, και από την άλλη τα επίπεδα τιμών των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από τη χώρα προορισμού των τουριστών, θεωρούνται βασικοί παράγοντες για τον καθορισμό της γραμμής σύνδεσης της έντασης και τον όγκο 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 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-προορισμού τουριστών, όσο είναι τόποι και περιοχές όπως η Ρόδος, η Τμπιζα, η Μαγιόρκα, οι δαλματικές ακτές, τα νορβηγικά φιόρντ κλπ.

β) 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 τροχόσπιτα, τα θαλαμηγό σκάφη κλπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά τη διαρκεία 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 με τη χώρα του τουριστικού τους προορισμού, (2) ο βαθμός οικονομικής προσπελασιμότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού, (3) το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσων στις χώρες τουριστικού προορισμού και (4) η προσφορά κατάλληλων 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 ΙΤ (individual inclusive tours) που όπως και στην περίπτωση του συστήματος ΓΙΤ (group inclusive tours) προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, όπως ήδη

ειπώθηκε, τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και τα transfer. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων βρίσκεται, βασικά, στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τόπο του τουριστικού του προορισμού. Συγκεκριμένα με το σύστημα GIT (group inclusive tours) ο τουρίστας ταξιδεύει στον τόπο του τουριστικού του προορισμού ομαδικά, ενώ με το σύστημα IT (individual inclusive tours) μεμονωμένα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα GIT (group inclusive tours) ταξιδεύουν ταυτόχρονα σχεδόν αποκλειστικά και με το σύστημα ITC (inclusive tours by charter) που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα, με ναυλωμένα, από τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators) αεροπλάνα. Αντίθετα, αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα IT (individual inclusive tours), ταξιδεύουν ταυτόχρονα αποκλειστικά και μόνο με το σύστημα ITX (inclusive tours excursions) 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 κανονικά δρομολόγια γραμμών. Συγκεκριμένα οι αεροπορικές εταιρίες διαθέτουν στους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators), έναν ορισμένο μικρό αριθμό θέσεων στα αεροπλάνα αυτά, οι οποίοι με τη σειρά τους τις χρησιμοποιούν στα τουριστικά πακέτα υψηλής ποιότητας στάθμης, που φτιάχνουν. Τα πακέτα αυτά, δηλαδή τα IT/ITX, 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/ITC.

γ) 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 σα συναλλαγματοφόρα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, παρόλα αυτά όμως παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσονται. 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 άλλων 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 αναπτυσσόμενων έχει σαν κύριο στόχο 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 της 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 σα συνέπεια να μη δημιουργηθούν ταυτόχρονα, όπως έγινε με άλλες χώρες που είναι τουριστικά αναπτυγμένες, συμπληρωματικά μέσα φιλοξενίας, δηλαδή συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, που θα μπορούσαν βασικά να εξυπηρετήσουν τις στοιχειώδεις ανάγκες του εσωτερικού τουρισμού, ιδιαίτερα δε κατά την περίοδο των θερινών διακοπών που φυσιολογικά γίνονται πιαστικότερες 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.

δ) Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφθούν 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 ξένου 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.

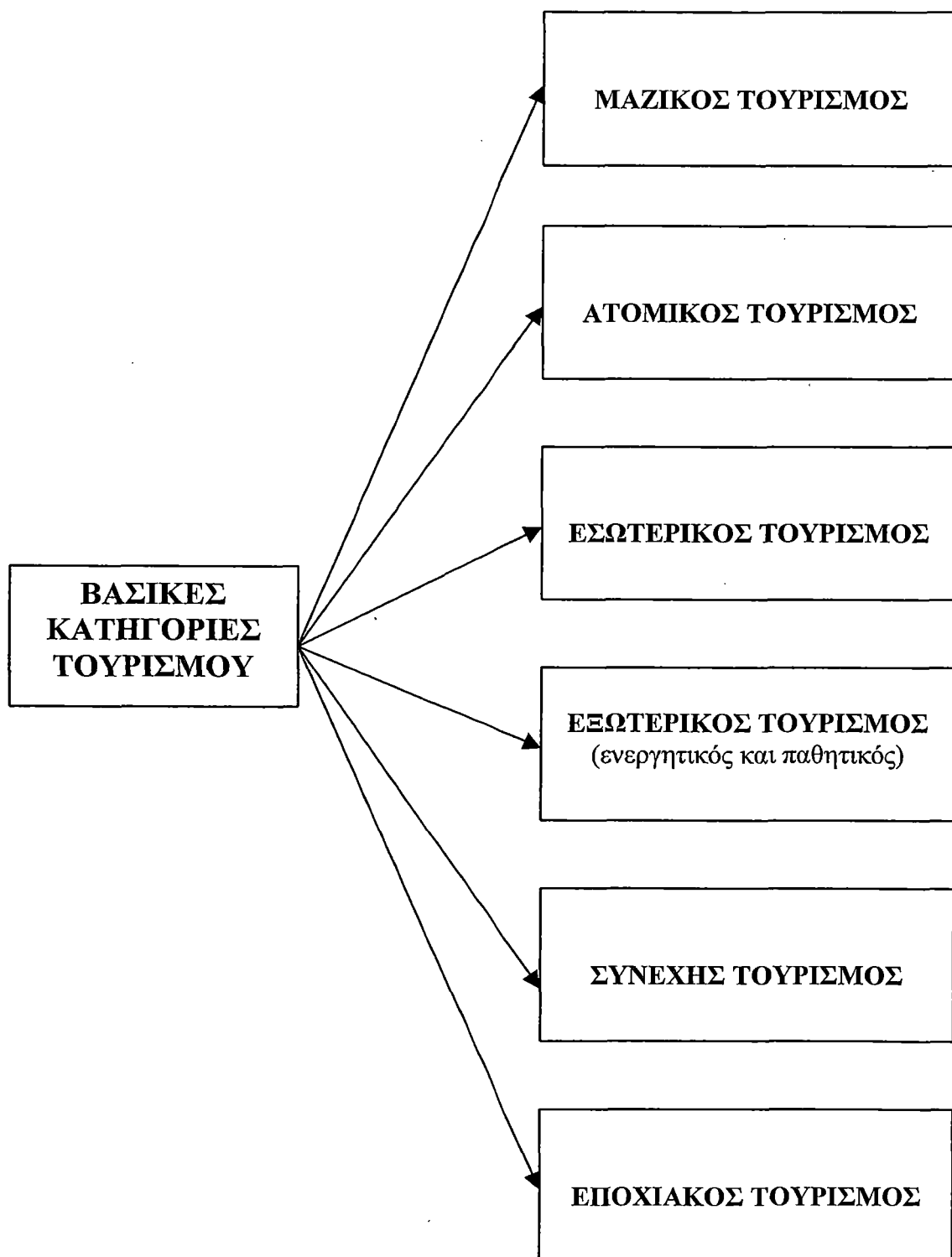
ε) Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές 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.

στ) Εποχιακός τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δε 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 τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

Διάγραμμα 6.1: Οι βασικές κατηγορίες τουρισμού



6.2 Ο τουρισμός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και προόδου

Ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, που συμβάλλει αποφασιστικά στην ευόδωση της προσπάθειας των λαών των αναπτυσσόμενων 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 την ανθρώπινη ζωή. Παρόλα 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 τουρισμού στην προσπάθεια των αναπτυσσόμενων χωρών να σπάσουν το φράγμα της υπανάπτυξης, πλην όμως οι απόψεις αυτές δε μεταβάλλονται ποτέ σε ακραίες.

Οι υπέρμαχοι του τουρισμού υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, περιορίζει το άνοιγμα του ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών, ενισχύει οικονομικά την περιφέρεια, αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα όλων εκείνων που παράγουν προϊόντα 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, ευαισθητοποιεί επικίνδυνα την οικονομία εξαιτίας μιας υπέρμετρης έμφασης που δίνεται στην ανάπτυξη του, προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις στην οικονομία, χαλαρώνει τα ήθη, εξαφανίζει τα έθιμα κλπ..(McIntosh R., 1986, σελ. 267)

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 αλήθεια, 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 επειδή αποδυναμώνει τους άλλους παραγωγικούς κλάδους της 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 ισοζυγίου των εξωτερικών πληρωμών 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 παραγωγικών κλάδων της οικονομίας, δηλαδή να είναι προγραμματισμένη, ισόρροπη και αρμονική και κυρίως να χρησιμεύει σα 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 εξωτερικών πληρωμών, θα πρέπει να παίρνει θέση στα προγράμματα οικονομικής ανάπτυξης αμέσως μετά τη γεωργία, τη βιομηχανία και το εμπόριο, υποδηλώνοντας έτσι το ρόλο του σαν παράγοντας, που εκτός άλλων βοηθάει ουσιαστικά τους βασικούς κλάδους της παραγωγικής 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 παραγωγικών 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 της παραγωγικής 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 οικονομικοκοινωνικής ανάπτυξης, που επιδιώκεται από τις πολιτικές ηγεσίες σε δοσμένο τόπο και χρόνο. Τέτοια στοιχεία είναι για παράδειγμα η πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης, ο βαθμός επηρεασμού του ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών από τα συναλλαγματικά έσοδα του τουρισμού, τα προβλήματα που δημιουργούνται

στους άλλους κλάδους της παραγωγικής δραστηριότητας, εξαιτίας των αυξανόμενων αναγκών απασχόλησης στον τουρισμό κλπ.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί, σύμφωνα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ότι ο τουρισμός αναμφισβήτητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, πλην όμως θα πρέπει να δίνεται εντελώς ιδιαίτερη προσοχή στη θέση που παίρνει αυτός ανάμεσα στους άλλους κλάδους της παραγωγικής δραστηριότητας στο πλαίσιο της όλης προσπάθειας που καταβάλλει μια χώρα για να αναπτύξει την οικονομία της και να προοδεύσει

Τελειώνοντας θα πρέπει να ειπωθεί ότι για να είναι θετική η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο μιας χώρας, θα πρέπει η ανάπτυξη τον να είναι προγραμματισμένη και ελεγχόμενη. Γι αυτό και 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 αντοχής του, χωρίς να διαταράσσεται η ισορροπία των συνθετικών 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 αντοχής 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 κρεβατιών 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.

6.3 Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού

Εκτός από τις άμεσες επιδράσεις του τουρισμού στο χώρο, υπάρχουν και οι έμμεσες επιδράσεις που ασκεί αυτός. Οι τελευταίες, δηλαδή οι έμμεσες επιδράσεις που είναι γνωστές και σαν επιδράσεις του πολλαπλασιαστή, ενεργοποιούνται από τη στιγμή που οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την αγορά τουριστικών αγαθών σε ορισμένο τουριστικό τόπο 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 προϊόντα 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 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 προϊόντα 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 αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που λαμβάνουν χώρα σε δοσμένο τουριστικό τόπο και χρόνο. Ας υποθεθεί ότι μια οικογένεια τουριστών επισκέπτεται έναν τουριστικό τόπο και ξοδεύει 300 χιλιάδες δραχμές για διαμονή σε ένα ξενοδοχείο. Το ποσό αυτό, που εισπράττεται από τον ξενοδόχο, χρησιμοποιείται εκ μέρους του για την πληρωμή φόρων και αφού στη συνέχεια αποταμιεύσει ένα μέρος από αυτά τα χρήματα, ξοδεύει τα υπόλοιπα. Μερικά από τα χρήματα που ξοδεύει πηγαίνουν γι' αγορές αγαθών, που δεν παράγει η οικονομία του τουριστικού τόπου και κατά συνέπεια εισάγονται από άλλες περιοχές της χώρας υποδοχής τουριστών ή από το εξωτερικό, τα δε υπόλοιπα

στους καταστηματάρχες, προμηθευτές και άλλους παραγωγούς που βρίσκονται μέσα στα όρια του τουριστικού τόπου. Αυτοί με τη σειρά τους πληρώνουν με τα χρήματα που εισέπραξαν φόρους, αποταμιεύουν ένα μέρος από αυτά και ξοδεύουν τα υπόλοιπα.

Ας υποθεθεί ότι ο μέσος όρος του φόρου που αναλογεί σε κάθε δραχμή είναι της τάξης του 0,20, ότι οι άνθρωποι αποθεματοποιούν κατά μέσο όρο το 0,10 κάθε δραχμής του ακαθάριστου εισοδήματός τους και ότι ξοδεύουν τα 2/7 των χρημάτων που απομένουν, μετά το φόρο που πληρώνουν και την αποταμίευση που κάνουν, για την αγορά αγαθών που εισάγονται. Οι 300 χιλιάδες δραχμές που ξόδεψε η οικογένεια των τουριστών για να εξοφλήσει το λογαριασμό της στο ξενοδοχείο που έμεινε κατά τη διάρκεια της παραμονής της στον τουριστικό τόπο, θα κυκλοφορήσουν και επανακυκλοφορήσουν τότε στην τοπική οικονομία, όπως δείχνει το σχετικό διάγραμμα.(Holloway, 1989, σελ.175)

Τα χρήματα κυκλοφορούν από τη στιγμή που ο ξενοδόχος τα ξοδεύει για να αγοράσει ντόπια εμπορεύματα, όπως για παράδειγμα λαχανικά, φρούτα, λάδι, ψωμί, κρέας κλπ. Οι προμηθευτές των τροφίμων αυτών, με τα χρήματα που εισπράττουν από τη συναλλακτική πράξη που πραγματοποιούν με τον ξενοδόχο, πληρώνουν τους εργάτες και υπαλλήλους που απασχολούν, οι οποίοι με τη σειρά τους ψωνίζουν με τα χρήματα που κερδίζουν από τη δουλειά τους σε τοπικά καταστήματα και έτσι ο κύκλος των διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων συνεχίζεται. Μερικά χρήματα, βέβαια, δεν κυκλοφόρησαν καθόλου επειδή χρησιμοποιήθηκαν από αυτούς που τα εισέπραξαν για να πληρωθούν φόροι, για να αγοραστούν εισαγόμενα αγαθά και για να γίνει κάποια αποταμίευση. Οι δαπάνες αυτού του είδους χαρακτηρίζονται σα διαρροές από το σύστημα ή από την οικονομία του τουριστικού τόπου.

Ας δούμε όμως πόσο εισόδημα δημιουργήθηκε μέχρι τώρα. Από το σχετικό διάγραμμα που παραθέτεται μπορεί να δει κανείς ότι αυτό είναι 300 χιλιάδες δραχμές + 150 χιλιάδες δραχμές + 75 χιλιάδες δραχμές + 37,5 χιλιάδες δραχμές + Διαπιστώνεται λοιπόν ότι αναπτύσσεται μια αριθμητική πρόοδος και ότι αθροίζοντας όλα τα ποσά ή χρησιμοποιώντας τον κατάλληλο μαθηματικό τύπο, το εισόδημα που δημιουργείται διαμορφώνεται τελικά στις 600 χιλιάδες δραχμές. Αυτό υποδηλώνει ότι το ποσό των 300 χιλιάδων δραχμών 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 600 χιλιάδων δραχμών. 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 τόπου. Στο πιο πάνω παράδειγμα ο φόρος 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 τόπου ήταν της τάξης 0,50 του αρχικού εισοδήματος, δηλαδή ακριβώς του μισού. Ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος μπορεί να βρεθεί, χρησιμοποιώντας τον παρακάτω απλουστευμένο τύπο:

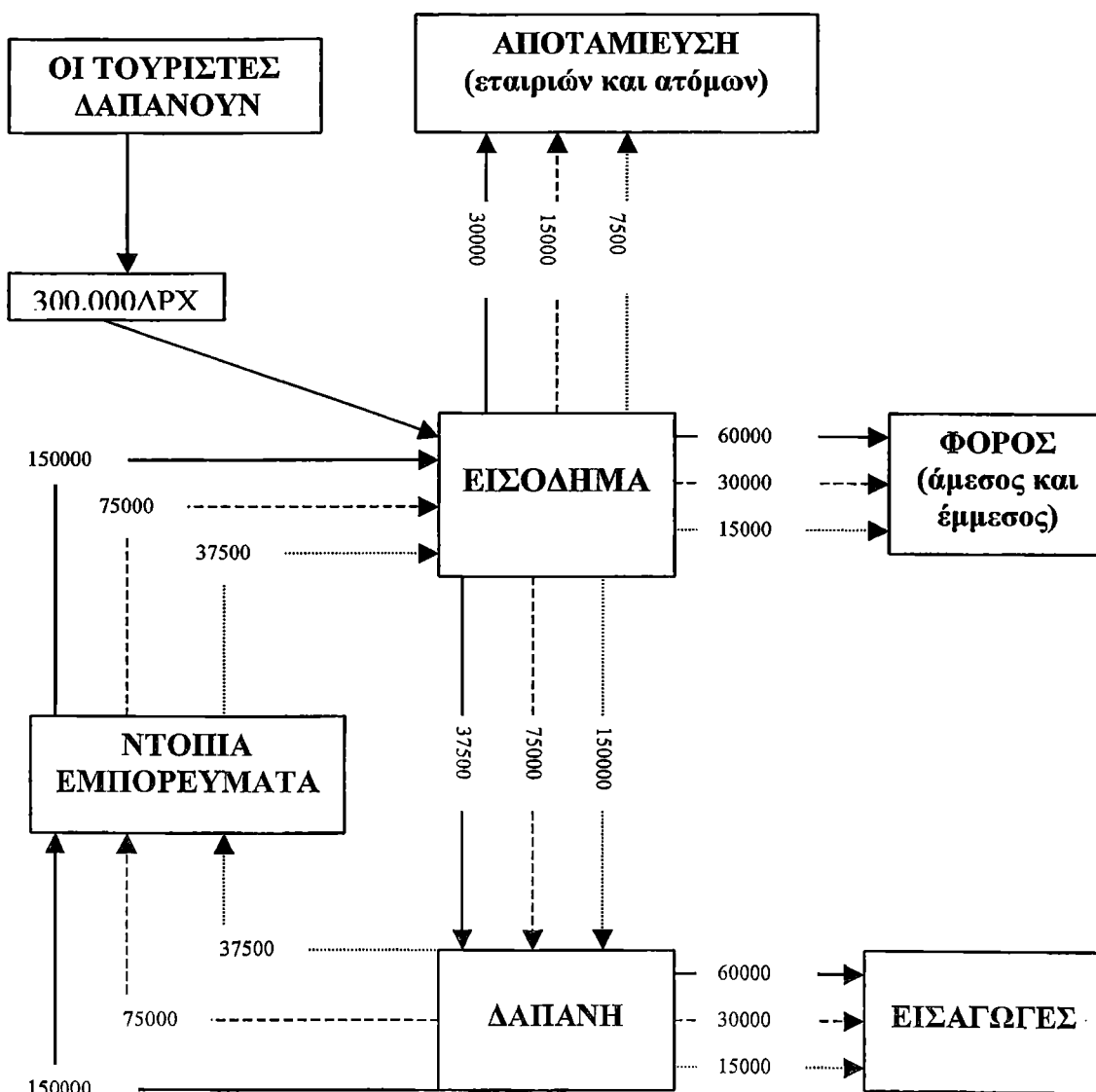
$$\text{Πολλαπλασιαστής τουριστικού εισοδήματος} = \frac{1}{\text{αναλογία διαρροών από οικονομία}}$$

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 τόπου με ψηλό ποσοστό διαρροών από το σύστημα, όπως για παράδειγμα ψηλούς συντελεστές φορολογίας ή ψηλά ποσοστά αποταμίευσης ή ψηλά επίπεδα εισαγωγών, ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος είναι μάλλον χαμηλός και ο τουρισμός δεν τονώνει την οικονομία του τουριστικού τόπου πάρα πολύ. Από την άλλη μεριά πάλι, με μια χαμηλή αναλογία διαρροών από την οικονομία του τουριστικού τόπου, ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος θα είναι ψηλός και ο τουρισμός μπορεί, χωρίς άλλο, να συνεισφέρει κατά πολύ περισσότερο εισόδημα από αυτό που ξοδεύτηκε αρχικά από τους τουρίστες για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Από μελέτες που έχουν γίνει σε μεμονωμένους τουριστικούς τόπους, 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. (Holloway Chi., 1989. σελ. 175)

Διάγραμμα 6.3: Ο τρόπος λειτουργίας του πολλαπλασιαστή τουριστικού εισοδήματος



—————▶ : ΠΡΩΤΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ

- - - - -▶ : ΔΕΥΤΕΡΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ

.....▶ : ΤΡΙΤΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ

Ο συγκερασμός των άμεσων και έμμεσων επιδράσεων ενός προτύπου δαπάνης προσδιορίζει το μέγεθος της συνδυασμένης επίδρασης του. Σε μια εντελώς τυπική περίπτωση, το εισόδημα που διοχετεύεται στην οικονομία ενός τουριστικού τόπου σε κάθε κύκλο δαπάνης που ακολουθεί την αρχική δαπάνη που πραγματοποιεί ένας τουρίστας για να αποκτήσει ορισμένα προϊόντα 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 χρησιμοποιηθεί εκτός της οικονομίας του τόπου υποδοχής τουριστών για την εισαγωγή αγαθών που δεν παράγει αυτή. Σε ό,τι όμως αφορά στο ποσοστό του εισοδήματος που ξοδεύεται στον τουριστικό τόπο για αγαθά 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 τόπος είναι σε θέση να συγκρατήσει το τουριστικό εισόδημα εξαρτάται από το αν και κατά ποσό είναι αντάρκης η οικονομία του. Αν η οικονομία ενός τουριστικού τόπου είναι ικανή να παράγει τα προϊόντα 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 αγαθά 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 αγαθά, διοχετεύει χρηματικούς πόρους στην οικονομία του τόπου διαμονής του, που με τη σειρά τους προκαλούν μία 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 αγαθών στον τόπο διαμονής

του αλλάζουν συνήθως χέρια πολλές φορές κατά τη διάρκεια του έτους, υπάρχει χωρίς άλλο και ένας πολλαπλασιαστής 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 ανωδομής που συμβάλλουν αποφασιστικά στην ποσοτική και ποιοτική βελτίωση του δυναμικού φιλοξενίας και γενικότερα των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται εκ μέρους του. Αυτό όμως απολήγει σε έναν πολλαπλασιαστή κεφαλαίου.

Συμπερασματικά θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του 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 δοσμένο τουριστικό τόπο και χρόνο. Οι συναλλακτικές αυτές πράξεις μπορούν να είναι πολλαπλάσιες της αρχικής και να διαμορφώνουν στο διπλάσιο, τριπλάσιο κ.λπ.¹⁶ την αρχική δαπάνη που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την απόκτηση προϊόντων 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 τόπο, δίνουν τις ποιοτικές διαστάσεις του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Από την επιχείρηση μεταφορών, τον ξενοδόχο, τον ταξιδιωτικό 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 πουλάει τηνπραμάτεια του στους δρόμους του τουριστικού τόπου, 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 τόπους από τους οποίους εισπράχθηκαν με τη μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτούς.

6.4 Το οικονομικό και κοινωνικό κόστος του τουρισμού

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

Σύμφωνα με μία άποψη, που υποστηρίζεται κυρίως από επιχειρηματικούς φορείς του τουρισμού, το οικονομικό κόστος και τα οικονομικά ωφελήματα που προκύπτουν από την παραγωγική δραστηριότητα της τουριστικής οικονομίας, πρέπει να μετριοούνται 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 τουρισμό με την ένδειξη «ταξιδιωτικό συνάλλαγμα» και στο παθητικό οι πληρωμές σε συνάλλαγμα για δαπάνες που αφορούν τόσο στη δημιουργία τουριστικών επιχειρήσεων όσο και στην

παραγωγή και διάθεση του τουριστικού προϊόντος. Δεν υπάρχει καμία 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 του τουριστικού προϊόντος 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 και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό τόσο εκ μέρους του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα. Με αυτές τις διαφοροποιήσεις κάθε άλλο παρά να υποστηριχθεί μπορεί ότι το τουριστικό συνάλλαγμα αντιπροσωπεύει και τη γενικότερη οικονομική θέση του τουρισμού.

Η αξιολόγηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού, που είναι συνυφασμένη 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 δοσμένο τόπο και χρόνο, και αρνητικά με τον προσδιορισμό των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλούνται σε άλλους κλάδους παραγωγικής δραστηριότητας εξαιτίας μιας υπερβολικής ή/ και μονόπλευρης ανάπτυξης του τουρισμού. Τις αρνητικές αυτές επιπτώσεις επικαλούνται μάλιστα οι επιχειρηματικοί φορείς 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 απομονωμένες περιπτώσεις αρνητικές επιδράσεις, η συμβολή του κλάδου στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο κάθε άλλο παρά να υποτιμηθεί μπορεί και πολύ περισσότερο να παραγνωριστεί. Ανεξάρτητα από αυτό όμως τόσο οι θετικές όσο και οι αρνητικές επιπτώσεις του θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και των αποτελεσμάτων 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 ορθολογικά κριτήρια και κυρίως αν προκαταβολικά διαπιστωθεί ότι αυτές πραγματικά προωθούν διαχρονικά την υπόθεση της ανάπτυξης του κλάδου 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 αποδοτικότητά 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 αντιθέσεις 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 δω 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 ίδια την ουσία του τουριστικού προϊόντος και

τα οποία δεν 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 και ειδικότερα των διάφορων σχεδίων επενδύσεων, που αφορούν σε συγκεκριμένα τουριστικά έργα, θα πρέπει απαραίτητα εκτός από οικονομικά κριτήρια να λαμβάνονται υπόψη και μη οικονομικά κριτήρια, όπως για παράδειγμα κοινωνικά, πολιτιστικά κλπ., ώστε με αυτόν το συνδυασμό να πετυχαίνεται πάντα το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

6.5 Οι τάσεις του τουρισμού και προϋποθέσεις για να γίνει οικονομικά αποδοτικότερος

Ένα από τα χαρακτηριστικότερα γνωρίσματα του σύγχρονου τουρισμού είναι η μαζική μετακίνηση των τουριστών 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 λαϊκοποίησής του και παράλληλα μιας λίγο-πολύ έντονης εμπορευματοποίησης του. Ας σημειωθεί ότι η εμπορευματοποίηση του τουρισμού περνάει ολοένα και περισσότερο κάτω από τον απόλυτο έλεγχο μεγάλων εθνικών και πολυεθνικών ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators) οι οποίοι διαμορφώνουν τους κανόνες του παιχνιδιού στην τουριστική αγορά όπως αυτοί θέλουν ή μάλλον όπως τους συμφέρει καλύτερα. Η λαϊκοποίηση και ο εκδημοκρατισμός του τουρισμού υπήρξαν συνέπειες μιας θεαματικής στην κυριολεξία αύξησης της τουριστικής ζήτησης, που προκλήθηκε κατά κύριο λόγο από τους εργαζομένους 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 πρόσφατες εκτιμήσεις, οι τάσεις του μαζικού τουρισμού στην Ευρώπη διαμορφώνονται όπως παρακάτω:

(α) Ο μαζικός ή ομαδικός τουρισμός απ' όλες σχεδόν τις ευρωπαϊκές χώρες αποτελεί ποσοστό που 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 διακοπών.

(2) Στα χαμηλά επίπεδα του κόστους αερομεταφοράς, παρά τις σημαντικές αυξήσεις των τιμών των υγρών καυσίμων από το 1973 και μετά.

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

(4) Στο έντονο ενδιαφέρον των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators) για την αύξηση του μαζικού τουρισμού που τους αποφέρει μεγάλα κέρδη.

(5) Στην αναζήτηση από τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators) 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 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.

Εξάλλου, σχετικά με τις τάσεις του μαζικού τουρισμού 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) Παρόλο 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 ψηλό 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, αυτές αποδίδονται στους παρακάτω 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 (soft tourism).

(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 εκδηλώσεις, οι γαστρονομικές απολαύσεις, οι δυνατότητες για ψώνια, για νυκτερινή ζωή κλπ.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μελλοντικά, σημαντικό ρόλο θα παίζει 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 θα πρέπει να ειπωθεί ότι για την ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού, αποφασιστικό ρόλο θα παίζει τόσο η βελτίωση όσο και η επέκταση των διάφορων μορφών τοπικών συγκοινωνιών, που, όπως είναι γνωστό, απαιτούν μια επίμονη, μακροχρόνια και οπωσδήποτε δαπανηρή προσπάθεια.

Πέρα όμως από τα πιο πάνω μέτρα, 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 τουριστών, η βελτίωση του συστήματος πληροφόρησης των τουριστών, η απλούστευση των διαδικασιών εισόδου-εξόδου των τουριστών 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 ανάγκες ή επιθυμίες.

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

(α) Ο κατ' εξοχή 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 μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators) που, όπως είναι γνωστό, κατευθύνουν την τουριστική ζήτηση εκεί όπου τα κέρδη τους μεγιστοποιούνται όσο το δυνατό περισσότερο. Κοντολογίς εκεί όπου τα οικονομικά τους συμφέροντα εξυπηρετούνται καλύτερα.

Τα μειονεκτήματα όμως αυτά του μαζικού τουρισμού δεν μπορούν παρά να προβληματίσουν αργά ή γρήγορα τόσο τους φορείς της πολιτικής εξουσίας

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 μορφές τουρισμού, που να είναι αποδοτικότερες από οικονομικής άποψης, λιγότερο συνδεδεμένες με την περίοδο των θερινών διακοπών, μα πάνω απ' όλα λιγότερο εξαρτημένες από τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators). 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 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 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 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 μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators) 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.

6.6 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να λύσουν οικονομικά και άλλα προβλήματα του κλάδου

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 φορείς της πολιτικής τους εξουσίας αποφασίζουν να αναπτύξουν ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σύμφωνα με τις εκτιμήσεις τους θα δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδα των τουριστικών τους οικονομιών, ενδεχόμενα δε και μια δυναμική ώθηση τους προς τα πάνω. Οι περισσότεροι γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού αναλύονται συνοπτικά αμέσως παρακάτω:

α) Γενικός τουρισμός

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών-αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται κι αλλιώς, αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι αναμφίβολα η σημαντικότερη τόσο από άποψης μεγέθους στο σύνολο της τουριστικής αγοράς όσο και από άποψης αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες που απαιτούνται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών.

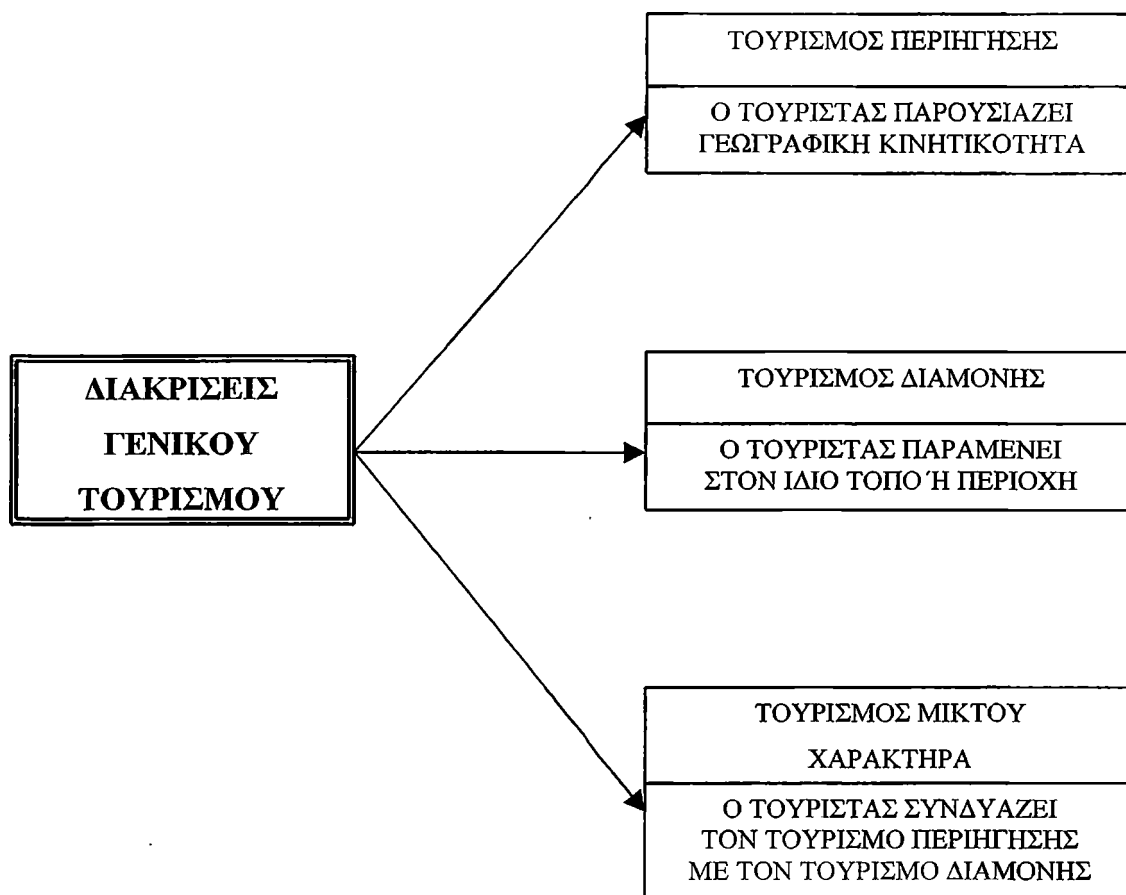
Ο γενικός τουρισμός, δηλαδή ο τουρισμός διακοπών-αναψυχής, ως προς τη μορφή του διακρίνεται γενικά:

(1) σε τουρισμό περιήγησης, όπου ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα ή από περιοχή σε περιοχή στην ίδια μοναδική χώρα τουριστικού προορισμού,

(2) σε τουρισμό διαμονής, όπου ο τουρίστας παραμένει στην ίδια συγκεκριμένη περιοχή ή τόπο της χώρας τουριστικού προορισμού σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του, και

(3) σε τουρισμό μικτού χαρακτήρα, που περιλαμβάνει τουρισμό περιήγησης και τουρισμό διαμονής.

Διάγραμμα 6.6(α): 'Διακρίσεις γενικού τουρισμού'



Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του γενικού τουρισμού που, όπως είναι γνωστό, αποτελεί την πιο προσοδοφόρα μορφή του σύγχρονου τουρισμού, είναι η δημιουργία μιας κατάλληλης υποδομής, όπως είναι για παράδειγμα η κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων όλων των ειδών και κατηγοριών, η ύπαρξη αναπτυγμένου συγκοινωνιακού δικτύου και σύγχρονων μεταφορικών μέσων, η επάρκεια μέσων ψυχαγωγίας και διασκέδασης, η δυνατότητα για ψώνια (shopping) και κατά προτίμηση αφορολόγητων ειδών, η κατάλληλη εκπαίδευση των στελεχών και του ειδικευμένου προσωπικού που απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία κλπ.

β) Μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά, εκδηλώσεις. Συγκεκριμένα το είδος αυτό τουρισμού, που ως σημειωθεί εμφανίζει ανοδικές τάσεις διεθνώς, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις-μελέτες ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, ταξίδια με σκοπό την επίσκεψη θεάτρου-όπερας, καθώς επίσης τη συμμετοχή σε ειδικά μαθήματα ή σεμινάρια γλώσσας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κλπ.

Εξυπακούεται ότι για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτείται πέρα από τη βασική τουριστική υποδομή και ειδική υποδομή, όπως για παράδειγμα πλούσια προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και μορφωτικών εκδηλώσεων. Κάτι τέτοιο όμως προϋποθέτει την ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων, κάθε είδους μουσείων, πινακοθηκών, ιστορικών χώρων, βιβλιοθηκών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης κλπ.

γ) Τουρισμός εκθέσεων

Πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες εκθέσεων να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων απαιτείται εκτός άλλων και η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα σύγχρονων εκθεσιακών χώρων, που να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι και να διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, δηλαδή εστιατόρια, καφετέριες, ταχυδρομείο, γραφείο εξυπηρέτησης επισκεπτών, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείο κλπ.

δ) Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν παλιότερα, εξελίσσεται σε μία από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν σαν κύριο κίνητρο την αποκατάσταση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωση από διάφορες ασθένειες κλπ.

Ας σημειωθεί ότι τα άτομα αυτά, που κυρίως κατοικούν σε μεγαλουπόλεις και είναι κατά το πλείστο εύπορα, επενδύουν χρόνο και χρήματα στην υγεία τους και κατ' επέκταση στη μακροζωία τους.

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού αναφέρονται από τη μια πλευρά στη σύνθεση της πελατείας του, που αποτελείται αποκλειστικά από άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας και από την άλλη πλευρά στον τόπο που προσφέρονται οι υπηρεσίες και που προσδιορίζεται αποκλειστικά από τους φυσικούς του πόρους.

Η μορφή αυτή τουρισμού, εκτός από ειδικές εγκαταστάσεις υδρο-λουτρο-θαλασσο-αεροθεραπείας και καταλύματα αξιώσεων με συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, χώρους ψυχαγωγίας, χώρους άθλησης κλπ., απαιτεί και ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

ε) Τουρισμός άθλησης

Η μορφή αυτή του τουρισμού έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα ή ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορεία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κλπ.

Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών, Θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών κλπ. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης, ανεβάζει αναμφίβολα το επίπεδο αξίας απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης, βελτιώνει την πληρότητα της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

στ) Τουρισμός πόλης

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για μερικές ημέρες, συνήθως δε τρεις ως τέσσερις. Οι περιηγήσεις αυτές είναι άμεσα δεμένες με το μορφωτικό τουρισμό και ιδιαίτερα με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που

λαμβάνουν χώρα ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια παίζουν και αυτά με τη σειρά τους σημαντικό ρόλο.

Ο τουρισμός πόλης πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από άτομα ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης, που κατοικούν κατά το πλείστο σε μεγάλα αστικά κέντρα και που ταξιδεύουν τις περισσότερες φορές χωρίς να συνοδεύονται από τις οικογένειες τους. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται σε μεγάλο ποσοστό από μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς (tour operators) τουριστικά γραφεία και αεροπορικές εταιρίες.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ένας ακόμα πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό, είναι η νυκτερινή ζωή, η διασκέδαση, τα ψώνια (shopping) οι ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος το ωραίο περιβάλλον.

ζ) Συνεδριακός τουρισμός

Στο συνεδριακό τουρισμό (congress and convention tours) υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δύο ως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μια χώρα είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους κάθε είδους, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνεδρίων κλπ., καθώς επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου και της περιφέρειας.

Ας σημειωθεί ότι η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει να αναπτύξει το συνεδριακό τουρισμό, πέρα από το ό,τι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλκυση ενδιαφερομένων, θα προβάλλει παράλληλα και την ίδια στο εξωτερικό σα χώρα συνεδριακού τουρισμού.

η) Τουρισμός περιπέτειας

Πρόκειται για διακοπές με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Σαν τέτοιες θεωρούνται τα σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κλπ. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι κατά κύριο λόγο ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων.

Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ζήτηση γι' αυτό το είδος διακοπών προβλέπεται να σημειώσει διεθνώς αύξηση, έρχεται δε να καλύψει μια ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου των μεγαλουπόλεων για εκτόνωση από το στρες που του προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ανία της ρουτίνας.

θ) Οικογενειακός τουρισμός

Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές.

Οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) γνωρίζουν ότι όταν τα «τουριστικά πακέτα» που προσφέρουν στην τουριστική αγορά είναι προσιτά στις οικογένειες, τότε αυτές ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Αλλά ακόμα και αν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν δεν είναι και τόσο προσιτά στον οικογενειακό προϋπολογισμό, προσπαθούν να τα κάνουν προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις για τα παιδιά. Επίσης προσφέρουν διάφορες εκπτώσεις και στα παιδιά των οικογενειών που κάνουν ατομικό και όχι μαζικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για τη μετακίνηση τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τόπο του τουριστικού τους προορισμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα αίθουσες παιχνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, παιδικοί σταθμοί κλπ. και ακόμα ειδικευμένο προσωπικό για να προσέχει και να συντροφεύει μικρά κυρίως παιδιά.

ι) Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε, όπως είναι φυσικό, και την τρίτη ηλικία που συνήθως διαθέτει ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, ψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, μα πάνω απ' όλα μεγάλη επιθυμία για ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, το ποσοστό συμμετοχής της τρίτης ηλικίας στο συνολικό πληθυσμό της γης θα αυξηθεί αισθητά μέχρι το 2000, δημιουργώντας έτσι ένα νέο ανθρώπινο δυναμικό, που σε μεγάλο ποσοστό θα επηρεαστεί από το σύγχρονο τρόπο ζωής και θα έχει μεγάλο δείκτη ροπής για τουρισμό.

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι η τρίτη ηλικία αποτελεί το συντηρητικότερο τμήμα του τουριστικού δυναμικού μιας χώρας που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της ή το πολύ σε χώρες κοντινές και κυρίως σε αυτές που συνορεύουν με τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους. Τα συγκοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιεί γι' αυτόν το σκοπό είναι κατά κύριο λόγο το τρένο, κατά κύριο λόγο το ιδιωτικό αυτοκίνητο και το πούλμαν και κατά τρίτο λόγο το αεροπλάνο.

Για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας δεν απαιτείται ειδική υποδομή εκ μέρους των χωρίων που επιθυμούν να τον αναπτύξουν.

κ) Τουρισμός χειμερινών σπορ

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες στα πλαίσια της προσπάθειας τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν μια ευρύτερη γκάμα τουριστών, κυρίως δε τουριστών ψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Συγκεκριμένα καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορισμένο γεωγραφικό χώρο και για την ακρίβεια συ-νήθως; σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες που πλησιάζουν τους 0° Κελσίου ή και κάτω από αυτούς, πολύ χιόνι κλπ.

Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό συνδέονται αποκλειστικά με χειμερινά σπορ και με συναφείς προς αυτά δραστηριότητες.

Η ανάπτυξη του τουρισμού χειμερινών σπορ προϋποθέτει εκτός άλλων τη δημιουργία μιας κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα άρτια οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, πίστες πάγου για παγοδρομίες και καλλιτεχνικό πατινάζ, πίστες πάγου για μπομπ (bob-sled) και άλλης κατηγορίας έλκηθρα, αγωνιστικές πίστες σκι, πίστες σκι για παιδιά, αρχάριους και ερασιτέχνες σκιέρ, τουριστικά καταλύματα όλων των κατηγοριών και κυρίως πολυτελείας και Α' κατηγορίας, συγκοινωνιακή σύνδεση των τόπων χειμερινών σπορ με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους υποδοχής τουριστών, όπως για παράδειγμα αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, λιμάνια κλπ.

λ) Τουρισμός παραχείμασης

Η μορφή αυτή του τουρισμού αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα.

Τα άτομα που μετέχουν σε αυτής της μορφής τον τουρισμό είναι κατά το πλείστο άτομα της τρίτης ηλικίας που έχουν ελεύθερο χρόνο στη διάθεση τους και σταθερό εισόδημα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες κυρίως όμως από την αρτιότητα των τουριστικών πακέτων παραχείμασης και την τιμή διάθεσης τους στην τουριστική αγορά. Στη διαμόρφωση χαμηλών τιμών τουριστικών πακέτων παραχείμασης θα συμβάλουν η καθιέρωση ειδικών χαμηλών ναύλων από τα διάφορα μέσα μαζικής μεταφοράς, καθώς επίσης η πραγματοποίηση εκπτώσεων στις υπηρεσίες φιλοξενίας που προσφέρουν τα διάφορα τουριστικά καταλύματα κατά τη χειμερινή περίοδο.

μ) Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατό περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής κλπ.

Επίσης θα πρέπει οι ορεινές αυτές περιοχές, στις οποίες αναπτύσσονται κάθε είδους δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, να εξυπηρετούνται κοινωνικά όσο το δυνατό καλύτερα.

ν) Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.

Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

(1) Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή στα διακοπές αγροικιών (farm-house holidays).

(2) Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικρό-συνοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα «κλίνη και πρόγευμα» (bed and breakfast).

Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε οποιαδήποτε αγροτική περιοχή προϋποθέτει τη δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα εσωτερική διαμόρφωση και εξοπλισμός δωματίων που προορίζονται για ενοικίαση, διάνοιξη δρόμων ή βελτίωση του ήδη υφιστάμενου οδικού δικτύου, δημιουργία χώρων εστίασης και αναψυχής, αξιοποίηση των τουριστικών φυσικών πόρων της περιοχής κλπ.

ξ) Θαλάσσιος τουρισμός

Η μορφή αυτή τουρισμού αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας ή διαφορετικών χωρών. Αναμφίβολα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις όσο και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν είναι κυριολεκτικά μεγάλη.

Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι, οποιαδήποτε, εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλων σκαφών κλπ. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες ή επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί, είναι κατά το πλείστο τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Άλλη αξιόλογη συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι και αυτή των κρουαζιέρων, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους, που κατά κανόνα αποτελούν τουρίστες μεσαίας και ανώτερης εισοδηματικής τάξης.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας κάθε άλλο παρά χαμηλό είναι, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στην κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, άσχετα αν αυτά είναι ενοικιαζόμενα ή ιδιωτικής χρήσης και στη συμπλήρωση ή και ανανέωση του στόλου των σκαφών αναψυχής και των κρουαζιερόπλοιων.

ο) Χρονομεριστικός τουρισμός

Η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού σήμερα είναι αναμφίβολα ο χρονομεριστικός τουρισμός (timesharing travel). Με ρυθμό ανάπτυξης 30% περίπου το χρόνο, οι χρονομεριστικές διακοπές πιστεύεται βάσιμα ότι θα αποτελέσουν για τη δεκαετία του '90, ό,τι ήταν το οργανωμένο τουριστικό πακέτο για τη δεκαετία του '50.

Ο πρωτοποριακός αυτός θεσμός δίνει τη λύση στον «κορεσμένο» τουρίστα του τουριστικού πακέτου, που απαιτητικός όσο ποτέ άλλοτε σήμερα αναζητά υψηλή ποιότητα στις διακοπές του.

Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που ας σημειωθεί έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, βασίζεται στην αρχή της πούλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια περίοδο του έτους κάθε χρόνο. Επειδή όμως είναι πολύ φυσικό ο αγοραστής του δικαιώματος αυτού να αρχίσει γρήγορα να κουράζεται με την ιδέα της επιστροφής στο ίδιο μέρος, στο ίδιο ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων, την ίδια περίοδο του έτους κάθε χρόνο, οδηγήθηκε από τα πράγματα να επιδιώξει την ανάπτυξη δικτύων ανταλλαγής παρόμοιων δικαιωμάτων. Και το πέτυχε τελικά. Έτσι λοιπόν μπορεί πια σήμερα να ανταλλάξει το δικαίωμα χρήσης που έχει αγοράσει σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων για ορισμένο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο, με παρόμοιο δικαίωμα χρήσης άλλου αγοραστή σε ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων όχι μόνο σε άλλη περιοχή, αλλά και σε άλλη χώρα. Επίσης μπορεί να το πουλήσει, να το νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει, όπως ακριβώς συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα.

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά στα ξενοδοχεία, θα πρέπει να ειπωθεί ότι πολλά από αυτά έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο γι' αυτά να πετύχουν ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο, σε μια εποχή που οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) πρίζουν για χαμηλότερες τιμές. Γι αυτό και επιδιώκουν να εφαρμόσουν το σύστημα των χρονομεριστικών διακοπών που τους εξασφαλίζει, πέρα από την αρχική εισροή κεφαλαίων, ένα σταθερό εισόδημα και μια σταθερή πληρότητα με τουρίστες κατά κανόνα μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, όπως ήδη ειπώθηκε.

π) Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά σε μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να πάνε κάποιο τόπο που είχαν κάνει κλπ.

Η μορφή αυτή τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μια ως τρεις ημέρες. Επίσης τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φθηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού επειδή είναι οπωσδήποτε λιτότερα, ενώ τα οικονομικά ωφελήματα για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται αυτοί σημαντικά.

Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού δε χρειάζεται ειδική υποδομή, αλλά μόνο βασική.

ρ) Επιλεκτικός τουρισμός

Η συνειδητοποίηση των τουριστικών επιχειρηματιών, αλλά και των πολιτικών ηγεσιών των χωρών υποδοχής τουριστών, ότι η ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει στην τουριστική οικονομία γίνεται με το πέρασμα του χρόνου ολοένα - και πιο δύσκολη, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο και μάλιστα σε μια εποχή που οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) πιέζουν συνεχώς για χαμηλότερες τιμές, οδήγησε στην ωρίμανση της ιδέας για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού.

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης που, όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα ΠΤ (individual inclusive tours) είτε τα φτιάχνουν όπως αυτοί ακριβώς θέλουν, έτσι ώστε να ικανοποιούνται κατά τον καλύτερο τρόπο οι τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, είτε δεν αγοράζουν καθόλου τουριστικά πακέτα, που σημαίνει ότι αγοράζουν τις διάφορες τουριστικές υπηρεσίες μεμονωμένα.

Τα άτομα που κάνουν επιλεκτικό τουρισμό μπορεί να ξοδεύουν πολλά χρήματα για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών, αλλά ταυτόχρονα είναι και απαιτητικά. Συγκεκριμένα έχουν την απαίτηση τα χρήματα που ξοδεύουν για την αγορά τουριστικών αγαθών να τους προσφέρουν τουλάχιστον την ικανοποίηση ή την ωφέλεια ή τη χρησιμότητα που προσδοκούν.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού είναι η χώρα υποδοχής αυτής της κατηγορίας τουριστών να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή, δηλαδή ξενοδοχεία πολυτελείας και Α' κατηγορίας με πολλούς συμπληρωματικούς

χώρους, ψηλής ποιοτικής στάθμης σέρβις, νυκτερινή ζωή, καλλιτεχνική κίνηση, αναπτυγμένη αγορά, μουσεία, πινακοθήκες, καλό συγκοινωνιακό δίκτυο, άνετα μεταφορικά μέσα, καθαρό περιβάλλον κλπ.

σ) Τουρισμός κινήτρων

Ο τουρισμός κινήτρων (incentive tour/ incentive travel) είναι ουσιαστικά μια σχετικά νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και που υπόσχεται σημαντικά οικονομικά ωφελήματα για τις χώρες εκείνες που θέλουν αλλά και που έχουν τις προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν.

Η μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος αποτελεί αναμφίβολα ένα αποτελεσματικό μέσο του σύγχρονου μανάτζμεντ, που χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο οι μεγάλες βιομηχανικές και άλλες επιχειρήσεις του Δυτικού Κόσμου στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων που απασχολούν και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Για να επιτευχθούν λοιπόν οι στόχοι αυτοί των επιχειρήσεων, προσφέρονται εκ μέρους τους διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (group inclusive tours) συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος υποκίνησης των εργαζόμενων, εκ μέρους των επιχειρήσεων, αποδείχτηκε στην πράξη αποτελεσματική, γι' αυτό και έχει εξαπλωθεί, όπως ήδη ειπώθηκε, σημαντικά τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στις Η.Π.Α. απ' όπου άρχισε να εφαρμόζεται για πρώτη φορά στα μέσα της δεκαετίας του '60.

Ο τουρισμός κινήτρων έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις ως τέσσερις ημέρες συνήθως. Στόχος του μεγάλου τουριστικού οργανισμού (tour operator) που αναλαμβάνει για λογαριασμό της επιχείρησης να φτιάξει το σχετικό τουριστικό πακέτο-κίνητρο είναι να δώσει στο χρήστη του, στο ολιγοήμερο αυτό διάστημα, την ευκαιρία να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δε θα είχε ο ίδιος τη δυνατότητα να ζήσει αν έπρεπε να αγοράσει με δικά του χρήματα το τουριστικό αυτό πακέτο.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού κινήτρων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προσφέρεται ένας τόπος προορισμού (venue) που κατά προτίμηση να ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους. Σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού, ο τουρισμός κινήτρων δε δίνει έμφαση στις πολυσύχναστες μεγαλουπόλεις, αλλά στην ατμόσφαιρα που δημιουργεί το περιβάλλον του τόπου προορισμού, καθώς επίσης στην άνεση και την πολυτέλεια που προσφέρουν τα ξενοδοχεία του κατά κύριο λόγο και οι άλλες συμπληρωματικές τους εγκαταστάσεις.

τ) Οικολογικός τουρισμός

Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού δε χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου αυτό είναι εφικτό.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κλπ.

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα την εξισορρόπηση μιας χώρας στο μαζικό τουρισμό και τα προβλήματα του, γι' αυτό και η ανάπτυξη του κρίνεται επιτακτική παντού όπου αυτή είναι εφικτή.

υ) Λαϊκός τουρισμός

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ό,τι αποτελείται αυτή από άτομα που κατά το πλείστο είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμα ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιότητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσυκλέτες κλπ.

Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά ωφέληματα από αυτήν τη μορφή τουρισμού κάθε άλλο παρά σημαντικά είναι, όλες χωρίς εξαίρεση οι χώρες υποδοχής τουριστών έχουν λίγο-πολύ αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή για την εξυπηρέτηση τουριστών αυτής της κατηγορίας. Συγκεκριμένα έχουν κατασκευάσει κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό υπηρεσίες που κάνουν τη διαμονή τους όσο το δυνατό ανετότερη.

Ας σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι συγκριτικά με αυτή σε άλλα τουριστικά καταλύματα αισθητά υψηλότερη. Το γεγονός αυτό εκτιμάται πάρα πολύ από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και κυρίως από αυτούς που συνοδεύονται στις τουριστικές τους μετακινήσεις από τις οικογένειες τους, ιδιαίτερα δε όταν αυτές είναι πολυμελείς.

φ) Κοσμοπολίτικος τουρισμός

Η πελατεία αυτής της μορφής τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας (jet-set) και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Όπως γίνεται αντιληπτό τα άτομα αυτά ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά τη μετακίνηση τους όσο και κατά τη διαμονή τους, γι' αυτό και οι απαιτήσεις τους γενικά είναι πάρα πολύ μεγάλες.

Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό μετακινούνται συνήθως με ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα ιδιόκτητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κλπ. Στον τόπο προορισμού τους διαμένουν είτε σε ξενοδοχεία πολυτελείας είτε σε ιδιόκτητες ή νοικιασμένες πολυτελείς επαύλεις είτε σε ιδιόκτητες πολυτελείς θαλαμηγούς. Επίσης η ζωή που κάνουν τα άτομα αυτά στα διάφορα κοσμοπολίτικα κέντρα που επισκέπτονται κατά διαστήματα είναι πάρα πολύ κοσμική, κάτι άλλωστε που είναι πολύ φυσικό και απόλυτα συνυφασμένο με τη μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος.

Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, αν και θα την επιθυμούσαν πολλές χώρες υποδοχής τουριστών· για καθαρά οικονομικούς λόγους, είναι οπωσδήποτε δύσκολη και αυτό γιατί εκτός από την κατάλληλη υποδομή, απαιτείται και η καταξίωση του τουριστικού τόπου στη συνείδηση της αριστοκρατίας και των μεγιστάνων του πλούτου σαν τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού. Αυτό όμως απαιτεί συνεχή και έντονη προσπάθεια, μα πάνω απ' όλα μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής.

χ) Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Με άλλα λόγια ο κοινωνικός ή

επιδοτούμενος τουρισμός αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.

Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις αναπτυσσόμενες οικονομικά χώρες του Δυτικού Κόσμου υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο «κοινωνικό κράτος» έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γερατειά, εργασία, παιδεία κλπ. να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες της πελατείας τους, δηλαδή των «κοινωνικών τουριστών», χορήγηση επιδομάτων διακοπών που να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες κάθε οικογένειας, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους, που η οικονομική τους κατάσταση κάθε άλλο παρά τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές, χρηματοδότηση των διακοπών με ευνοϊκούς όρους κλπ.

ψ) Τουρισμός αναπήρων

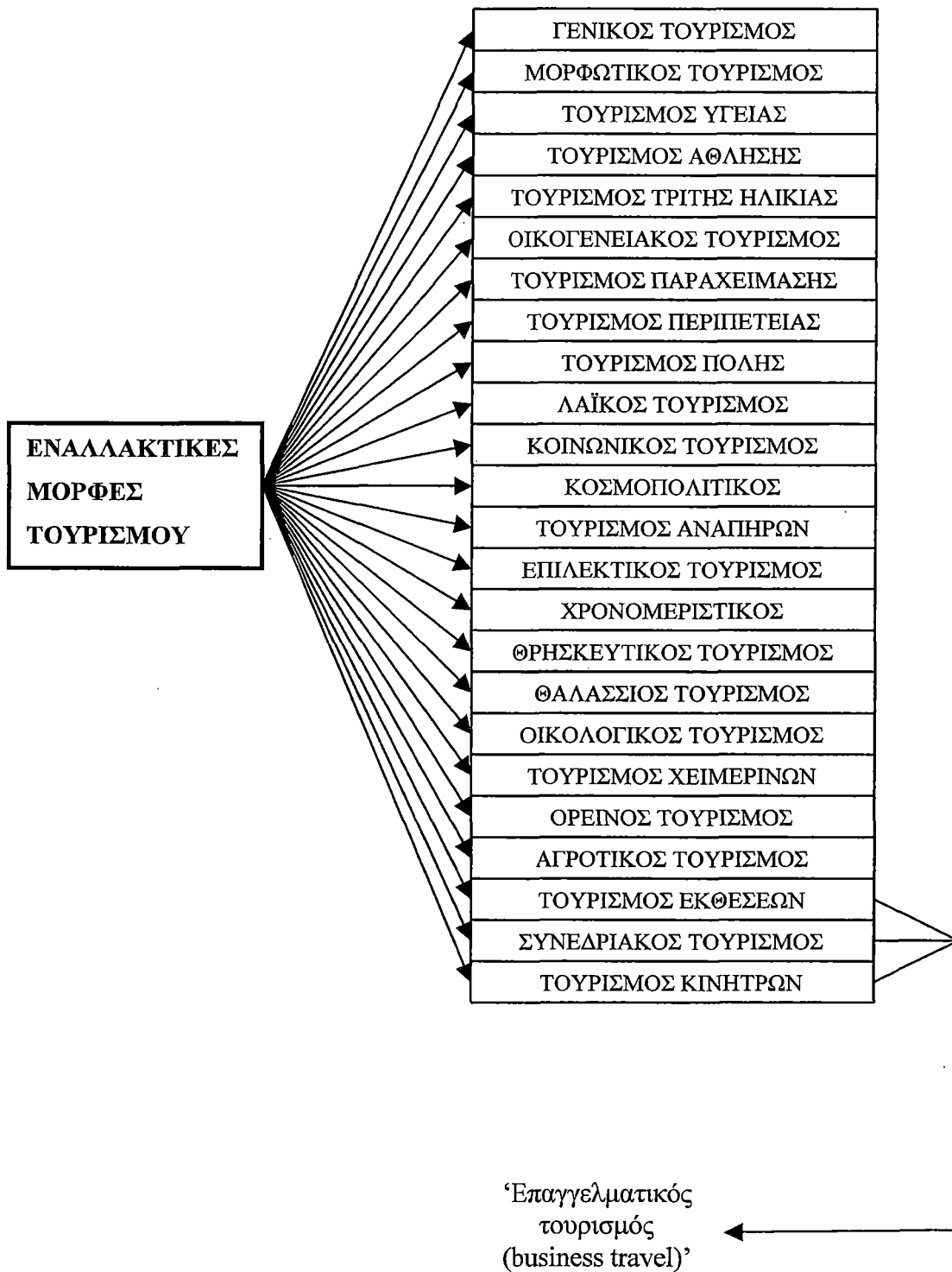
Πρόκειται για μία ειδική μορφή τουρισμού, η ανάπτυξη της οποίας προωθείται τελευταία ολοένα και περισσότερο σε πολλές χώρες.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του αναπηρικού τουρισμού είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των ανάπηρων τουριστών, όπως και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία πελατείας και θα ικανοποιεί τις δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες.

Επίσης θα πρέπει οι χώρες που επιθυμούν να αναπτύξουν την ειδική αυτή μορφή τουρισμού να θεσπίσουν ειδικές προδιαγραφές που θα πρέπει απαραίτητα να τηρούν τα τουριστικά καταλύματα και οι άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις που κατασκευάζονται ειδικά για την εξυπηρέτηση των ανάπηρων τουριστών. Τέτοιου είδους προδιαγραφές

είναι για παράδειγμα ράμπες, ανελκυστήρες και ειδικός εξοπλισμός στα δωμάτια και τους λοιπούς χώρους.

Διάγραμμα 6.6(β): 'Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού'



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

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 αυξάνει 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 αναλύονται συνοπτικά αμέσως παρακάτω:

7.1 Η προστασία 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 τόπου 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, γλωρίδα, 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 που συχνά αγγίζουν τα όρια του εγκλήματος. Αναμφίβολα η μόλυνση της ατμόσφαιρας, η ρύπανση της θάλασσας και των ακτών, η αποψίλωση του πράσινου, ή 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 οποιαδήποτε και η συνειδητοποίηση από την πλευρά το)ν 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 Η ποιοτική βελτίωση 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 ψηλής εισοδηματικής στάθμης τουρίστες, οι οποίοι κατά κανόνα είναι και πολύ απαιτητικοί. Όπως ο σημερινός τουρισμός, έτσι και ο τουρισμός του μέλλοντος θα μετακινείται κυρίως ομαδικά μέσω των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour-operators). Αυτό σημαίνει ότι οι τελευταίοι θα παίζουν και στο μέλλον αποφασιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της πελατείας την οποία μετακινούν. 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 διαλέξει με καθαρά κερδοσκοπικά κριτήρια για να κατευθύνουν την πελατεία τους. Ανεξάρτητα όμως από όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, θα πρέπει να ειπωθεί ότι η προσέλκυση ψηλής εισοδηματικής τάξης τουριστών κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση είναι, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η χώρα υποδοχής τουριστών στερείται της απαραίτητης υποδομής, όπως είναι για

παράδειγμα ξενοδοχεία πολυτελείας και Α' κατηγορίας, άριστα εκπαιδευμένους ξενοδοχοϋπάλληλους και υπάλληλους άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, μεγάλη ποικιλία ψυχαγωγικών μέσων, δυνατότητα για την πραγματοποίηση αγορών (shopping) κλπ.

7.3 Η δημιουργία 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 άμεσου 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 όχι μόνο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, αλλά και του επιλεκτικού 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. Παρόλα αυτά όμως δε θα πρέπει να διαφεύγει της προσοχής των αρμόδιων για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής οργάνων, στο συγκεκριμένο θέμα, ότι με την κατασκευή μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακών μονάδων υπάρχει κίνδυνος ο τουρίστας να αισθανθεί έντονα την καταπίεση της προσωπικότητάς 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 οργάνων 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 μη δημιουργούν ψυχολογικά και άλλα προβλήματα στη διαβίωση του τουρίστα του μέλλοντος κατά τη διάρκεια της προσωρινής διαμονής του στον τόπο του τουριστικού του προορισμού.

7.4 Η βελτίωση των συγκοινωνιών γενικά και ο εκσυγχρονισμός 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 σα 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 σα 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 πειστικότερα, θα πρέπει οι φορείς της πολιτικής τους εξουσίας να επέμβουν το ταχύτερο και να δώσουν λύσεις σε αυτά. Λύσεις όμως που κάθε άλλο παρά βραχυχρόνιες μπορούν να είναι.

7.5 Η απρόσκοπτη τροφοδοσία 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 ξεπερνάει 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 Η αναβάθμιση 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 κεφαλή 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 ίου 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 Η ποσοτική και ποιοτική βελτίωση 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 δε θα μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις ψυχαγωγικές ανάγκες του αυξανόμενου όγκου του διεθνούς τουριστικού ρεύματος. Γι* αυτό θα χρειαστεί κατεπειγόντως να αναζητηθούν νέα και ταυτόχρονα ψηλής 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 οποιονδήποτε λόγο δεν είναι διατεθειμένη να το κάνει.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός δεν αποτελεί καν έναν αυτούσιο τομέα. Είναι μια οικονομική δραστηριότητα που κινείται σε ολόκληρο το κοινωνικό φάσμα και διέρχεται από διαφορετικούς τομείς. Ο τουριστικός τομέας ενώνεται από χαλαρούς δεσμούς ωθείται από τις δυνάμεις της αγοράς, ελέγχεται από ένα ρυθμιστικό πλαίσιο και επηρεάζεται από τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν.

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 μαστιάζει.

Η τουριστική ανάπτυξη με την πιο πλατειά έννοια του όρου σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού σαν κλάδου παραγωγικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας. Συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και λογικότερη 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, προϋποθέτει λοιπόν μεταβολές διαρθρωτικής φύσης στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών .

Στο σημείο αυτό όμως θα πρέπει ιδιαίτερα να τονίσουμε ότι η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση να επιχειρείται μονόπλευρα, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η εθνική οικονομία, της οποίας είναι αναπόσπαστο μέρος βρίσκεται ακόμα στο στάδιο 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 απρόσωπο εφοδιασμό της με είδη διατροφής, κεφαλαιουχικό εξοπλισμό κ.λ.π. που τόσο απαραίτητα της είναι για την παραγωγή των τουριστικών αγαθών, 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 τις παραγωγικής δραστηριότητας μιας οικονομίας κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν.

Η Ελλάδα δεν έχει απλώς συγκριτικό πλεονέκτημα στον τουρισμό, αλλά είναι και το μόνο αξιόπιστο και διατηρήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει στην εγχώρια παραγωγή που προορίζεται για την διεθνή αγορά. Επιπλέον, διαθέτει μεγάλες δυνατότητες αυξήσεως της παραγωγικής δυναμικότητας στο εν λόγω προϊόν. Δεν είναι υπερβολή να λεχθεί ότι ταχύρρυθμη ανάπτυξη, δεν πρόκειται να πετύχει η Ελλάδα, χωρίς την πολύ ταχεία ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Το επιχείρημα είναι απλό. Αν δε μπορούμε να αξιοποιήσουμε ένα πλουσιοπαρόχος παρασχεθέν από τη φύση και την ιστορία συγκριτικό πλεονέκτημα, με ποιο τρόπο θα δυνηθούμε να ανταποκριθούμε στις μεγάλες απαιτήσεις των λοιπών τομέων σε προσπάθεια, επιμέλεια επινοήσεις;

Γι' αυτό το λόγο λοιπόν θα πρέπει να χαραχτεί μια τουριστική πολιτική με λεπτομερή προσδιορισμό των γενικών επιδιώξεων και αφού περάσουμε από τα διάφορα στάδια του προγραμματισμού, όπως είναι η απογραφή των διαθέσιμων πόρων και δυνατοτήτων ανάπτυξης, η μαθηματική αλλά και λεπτομερής επεξεργασία και ανάλυση των βασικών στόχων και επιλογών να φθάσουμε στην σύνθεση ενός ενιαίου σχεδίου προγράμματος για τον τουρισμό. Τότε και

μόνο τότε, και αφού ακολουθήσει η συνεχής παρακολούθηση και ο έλεγχος εκτέλεσης, του συγκεκριμένου προγράμματος, θα προχωρήσουμε σε μια πραγματική τουριστική και κατά συνέπεια οικονομική ανάπτυξη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Κοκκώση Χ., (1995), «Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη» Σύγχρονα Θέματα Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Νίκος Γ., «Τουριστική Πολιτική», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1990, σελ 86, 93-94, 109 και κεφάλαιο 7.
- Κώττης, Γεώργιος Χρ., «Ειδικά Οικονομικά Θέματα». Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1981, Κεφάλαιο VII και X
- Καλφιώτης, Σταύρος Α., «Τουριστική Πολιτική», Interbooks, Αθήνα 1976, σελ 147 – 155.
- Βλ. Ηγουμενάκης, Νίκος Γ., «Τουριστική Πολιτική», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1990, σελ 94.
- Καλφιώτης, Σταύρος Α., «Εισαγωγή εις την Θεωρίαν του Τουρισμού» Εκδοσις Β', Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1976, Κεφάλαια 2,5,7 και 9.
- Κώττης, Γεώργιος Χρ., και Κώττη Πετράκη, Αθήνα «Εισαγωγή στην Οικονομική – Βασικές Έννοιες και Μικροοικονομική», Τόμος Α', Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1985, Κεφάλαια X και XVI.
- Βλ. Λογοθέτης, Μιλτιάδης, «Τουριστική Πολιτική», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1982, σελ 17.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΗ

- Coccossis H., (1996), «Tourism and Sustainability Perspectives and Implications in Sustainable Tourism», CAB International
- Council of Europe, (1995) «Tourism and Environment in European Countries» Mini Serial Conference Environment for Europe in Sofia, Bulgaria. Strasbourg.
- Comité Economique et Social, (1990). «Le tourisme et le développement régional » Communautés Européennes, Bruxelles
- Getz, o., « Tourism Planning and Research Traditions, Models and Futures » Paper Presented at the Australian Travel Research Worksop, Bunbury, 5-6 November 1987 (Mimeo).
- Gunn, C.A., «Tourism Planning» Crane Rusak, New York, 1979 pp 1-12.
- Hartmann, R., : «Tourism Seasonality and Social Change», Leisure Studies, Vol.5 No1, 1986, pp 23-33.
- Mercer, K.C.R., « Needs Motives, Recreation and Tourism» Tourist Review, vol 31, No 4, 1976, pp 10 – 12.
- Bond, M.E., and Ladman,.R., «Tourism A Strategy for Development», Nebraska Journal of Economics and Business, 2, 1972, pp 37 – 52
- Asher, B, «Obstacles to International Travel and Tourism», Journal of Travel Research, vol 22, No 3, 1984, pp 2-16
- Βλ. McLutosh, Robert W., and Goeldner, Charles R., «Tourism – Principles, Practices, Philosophies», FiR=H Edition, John Wiley n' sons, Inc, New York, 1986, p 267.
- Βλ. Holloway, Christopher J., «The Business of Tourism», 1989, P 175