

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

1. Εισαγωγή στην τουριστική οικονομική

1.1 Εισαγωγή

Η θεώρηση της τουριστικής οικονομικής ως διακριτού κλάδου των κοινωνικών επιστημών που μελετά τον τρόπο διαχείρισης της σπανιότητας και στενότητας των τουριστικών προϊόντων και των παραγωγικών συντελεστών είναι ένα ουσιώδες θέμα που διερευνάται στο πλαίσιο των δέκα γενικών αρχών της οικονομικής επιστήμης, οι οποίες λειτουργούν ως συνεκτικοί κρίκοι και διαμορφώνουν το ενιαίο επιστημονικό αυτό πεδίο. Η σχετική μελέτη απαντά στα θεμελιώδη αυτά ερωτήματα και παρέχει τρόπους και αρχές ερμηνείας σχετικά με το πώς οι τουρίστες αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους και με το πώς η τουριστική οικονομία λειτουργεί ως σύνολο με βάση τις αποφάσεις και αλληλεπιδράσεις των τουριστών και των επιχειρήσεων.

Αντικείμενο αυτού του κεφαλαίου είναι η εξέταση θεμάτων που σχετίζονται με το εννοιολογικό περιεχόμενο και τη σημασία της τουριστικής οικονομικής, με τη σχέση αυτής με τους άλλους επιστημονικούς κλάδους και τον καθορισμό των βασικών προβλημάτων του τουριστικού φαινομένου και των περιοριστικών παραγόντων αυτού, καθώς και με τα θεμελιώδη ερωτήματα και τις αρχές που τίθενται για τη λήψη αποφάσεων στον τουρισμό.

1.2 Το εννοιολογικό περιεχόμενο και η σημασία της τουριστικής οικονομικής

Ο τουρισμός είναι μια από τις πλέον έντονες μαζικές κοινωνικές εκδηλώσεις της παγκόσμιας κοινότητας, με ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Η μαζική αυτή κοινωνική εκδήλωση αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα και σήμερα είναι μια «βιομηχανοποιημένη» δραστηριότητα που έχει αναχθεί σε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και σε κύρια πηγή απόκτησης συναλλάγματος, ενώ παράλληλα έχει συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος για πολλές χώρες υποδοχής τουριστών.

Η μελέτη και η έρευνα του τουρισμού άρχισε από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 και από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 παρατηρείται μια εκρηκτική αύξηση σε επίπεδο ανάπτυξης της επιστημονικής μεθοδολογίας, έκδοσης εξειδικευμένων επιστημονικών περιοδικών, δημιουργίας πανεπιστημιακών τμημάτων, ερευνητικών κέντρων, προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών. Αυτό οδήγησε στην ανάγκη συγκρότησης της **τουριστικής οικονομικής** ως διακριτής επιστήμης, η οποία ασχολείται με πλήθος θεμάτων τόσο της υπάρχουσας τουριστικής έρευνας (established research) όσο και των αναδύομενων θεμάτων (emerging themes) της εφαρμοσμένης τουριστικής έρευνας, όπως είναι οι Δορυφορικοί Λογαριασμοί Τουρισμού (Δ.Λ.Τ.), οι τεχνικές πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης, η Ανάλυση Κόστους Οφέλους, τα διάφορα θέματα μικροοικονομικής, όπως είναι η προσέγγιση των ηδονικών τιμών¹ (hedonic price approach), η διακριτή ανάλυση επιλογών (discrete choice analysis)², καθώς και διάφορα μακροοικονομικά θέματα, όπως είναι η σχέση μεταξύ τουρισμού με την οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη, η διαχείριση των κρίσεων στον τουρισμό, η παγκοσμιοποίηση και το διεθνές εμπόριο.

Σε διεθνές αλλά και σε ελλαδικό επίπεδο υπάρχουν πολλά ενδιαφέροντα βιβλία³ της τουριστικής οικονομικής. Από την ανασκόπηση αυτών των βιβλίων διαπιστώνουμε ότι δεν υπάρχει ομοφωνία ως προς το περιεχόμενο της τουριστικής οικονομικής. Αυτό σημαίνει ότι δεν κυριαρχεί καμιά ακαδημαϊκή άποψη για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να προσεγγιστεί η οικονομική διάσταση του τουρισμού. Συνεπώς, υπάρχει μια ευρύτητα στην οριοθέτηση του γνωστικού αντικειμένου της τουριστικής οικονομικής που πηγάζει από την πολυπλοκότητα και ετερογένεια του τουρι-

1. Η **ηδονική τιμή** είναι το μέτρο της οριακής χρησιμότητας ενός συγκεκριμένου χαρακτηριστικού ενός προϊόντος. Για παράδειγμα, ο λόγος των ηδονικών τιμών για δύο διαφορετικά χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προϊόντος αντιπροσωπεύει τον οριακό λόγο υποκατάστασης ανάμεσα σε αυτά τα χαρακτηριστικά για έναν τουρίστα-καταναλωτή. Αναλυτικότερα βλέπε Li και Song 2006:44-46, Dwyer 2010:200-206.

2. Η **Ανάλυση διακριτών επιλογών** έχει ως σκοπό τη δημιουργία ενός μοντέλου τουριστικής συμπεριφοράς, το οποίο θα περιγράφει τις αποφάσεις που λαμβάνει ένας τουρίστας μεταξύ των διαφορετικών εναλλακτικών τουριστικών επιλογών. Οι αποφάσεις του κάθε τουρίστα καθορίζονται από τα προσωπικά του χαρακτηριστικά, τις ανάγκες του, τη φύση και την ποικιλία των εναλλακτικών επιλογών που του προσφέρονται. Τα μοντέλα των διακριτών επιλογών χρησιμοποιούνται συχνά για την πρόβλεψη του τρόπου συμπεριφοράς, με τον οποίο οι επιλογές των ανθρώπων θα αλλάξουν σε πιθανές μελλοντικές μεταβολές των ιδιοτήτων και των εναλλακτικών τους προτιμήσεων. Για παράδειγμα, η επιλογή ενός πακέτου διακοπών που αγοράζει ένας τουρίστας συσχετίζεται με το εισόδημα και την ηλικία αυτού, καθώς με την τιμή και τα χαρακτηριστικά κάθε άλλου διαθέσιμου εναλλακτικού πακέτου διακοπών. Αναλυτικότερα βλέπε Ben-Akiva και Lerman, 1985.

3. Σε **διεθνές επίπεδο** βιβλία σχετικά με την τουριστική οικονομική έχουν εκπονηθεί από τους: Bull 1995, Lundberg, Krishnamoorthy και Stavenga 1995, Sinclair και Stabler 1997, Vanhove 2005, Cooper, Fletcher, Gilbert, Shephard και Wanhill 1998, 2008, Stabler, Papatheodorou και Sinclair 2010, Tribe 2011, Candela και Figini 2012. Σε **εθνικό επίπεδο**, βιβλία σχετικά με την τουριστική οικονομική έχουν εκπονηθεί από τους: Αιγινήτης (1929), Καλφιώτης (1976), Ηγουμενάκης (1991, 1997), Ζαχαράτος (1999), Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη (2000), Λαγός και Λιαργκόβας (2003), Λαγός (2005), Βαρβαρέσος (2008, 2013).

στικού αντικειμένου, αλλά και από τον τρόπο θεώρησης αυτού από τους ερευνητές. Όμως, λαμβάνοντας υπόψη το ευρύτερο αντικείμενο της οικονομικής επιστήμης, μπορούμε να διακρίνουμε γνωστικά αντικείμενα αυτής που εντάσσονται:

- Στη *μικροοικονομική*, που ασχολείται με τις επιμέρους οικονομικές μονάδες, τη συμπεριφορά τους και τα προβλήματα που συνδέονται με αυτές.
- Στη *μακροοικονομική*, που ασχολείται με τη συμπεριφορά και τα προβλήματα του οικονομικού συστήματος στο σύνολό του.
- Στη *θετική ή οντολογική οικονομική*, που ασχολείται με το τι συμβαίνει και ειδικότερα με τη μελέτη των σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των οικονομικών μεγεθών ή τομέων.
- Στη *δεοντολογική οικονομική*, που μελετά τα προβλήματα της άσκησης οικονομικής πολιτικής και ειδικότερα τι πρέπει να γίνει για να αλλάξουν ορισμένα οικονομικά μεγέθη.

Με βάση τα παραπάνω, η **τουριστική οικονομική** μπορεί να οριστεί ως ένας κλάδος της οικονομικής επιστήμης ο οποίος διερευνά, εξετάζει και μελετά τις διαδικασίες της τουριστικής ζήτησης, τη διάρθρωση της τουριστικής παραγωγής και του τουριστικού κόστους, τις διαδικασίες της τουριστικής προσφοράς, τις μορφές και την ισορροπία της τουριστικής αγοράς, καθώς και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται σε ορισμένο τόπο προορισμού και χρόνο.

Ο παραπάνω ορισμός στηρίζεται στο γεγονός ότι οι ανθρώπινες ανάγκες δεν είναι μόνο οι βασικές, όπως είναι η διαμονή, η διατροφή, η ένδυση κ.λπ., αλλά και οι τουριστικές, όπως είναι η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού με σκοπό την αναψυχή, την ξεκούραση, την παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος κ.λπ. Για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών απαιτείται η χρησιμοποίηση των κατάλληλων παραγωγικών συντελεστών (έδαφος, εργασία, κεφάλαιο) σε ποσότητα, ποιότητα και αξία και με δεδομένη τεχνολογία από τις τουριστικές επιχειρήσεις για την παραγωγή των προϊόντων και την εμπορία τους στις διάφορες τουριστικές αγορές, που να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των τουριστών-πελατών.

Η **σημασία** της τουριστικής οικονομικής σχετίζεται με την ορθολογικότερη αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος, τον καλύτερο προγραμματισμό της τουριστικής παραγωγής και τη διατύπωση στρατηγικών στόχων και προτάσεων τουριστικής πολιτικής.

1.3 Η σχέση μεταξύ τουριστικής οικονομικής και άλλων επιστημονικών κλάδων

Η τουριστική δραστηριότητα έχει διεπιστημονικό χαρακτήρα, γι' αυτό και σχετίζεται με διάφορες άλλες επιστήμες, όπως είναι η οικονομική επιστήμη, η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία, η πολιτική επιστήμη, η οικονομική γεωγραφία, το μάρκετινγκ, το δίκαιο, η διοίκηση των επιχειρήσεων, ο φυσικός και οικονομικός σχεδιασμός, η εθνογραφία κ.λπ. (βλέπε Διάγραμμα 1.1).

Από τις επιστήμες αυτές δημιουργήθηκαν εξειδικευμένοι κλάδοι επιστημών που ασχολούνται με ειδικότερα θέματα της τουριστικής δραστηριότητας, όπως είναι:

Η τουριστική οικονομική, που έχει ως αντικείμενο τη μελέτη του τρόπου με τον οποίο η κοινωνία διαχειρίζεται τους σπάνιους τουριστικούς πόρους της.

Η τουριστική ψυχολογία, που έχει ως αντικείμενο την έρευνα και ανάλυση των κινήτρων και της τουριστικής συμπεριφοράς ανεξάρτητα από το αν αυτή αφορά τον τουρίστα ως καταναλωτή ή χρήστη τουριστικών προϊόντων ή τις εργασιακές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων στην τουριστική βιομηχανία.

Η τουριστική κοινωνιολογία, που ερευνά και αναλύει τα κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά των τουριστών, όπως για παράδειγμα τον ελεύθερο χρόνο, την κοινωνική διαστρωμάτωση, τον κοινωνικό ρόλο, καθώς και την κοινωνική συμπεριφορά του τουρίστα και του φιλοξενούντος κ.λπ.

Η τουριστική ανθρωπολογία, που έχει ως αντικείμενο την έρευνα και ανάλυση των ανθρώπινων κοινωνιών, των κοινωνικοπολιτικών συστημάτων και των παραγωγικών δυνάμεων και σχέσεων από ιστορική και εθνολογική άποψη, τόσο στις χώρες αποστολής τουριστών όσο και στις χώρες υποδοχής τουριστών.

Η τουριστική πολιτική, που έχει ως αντικείμενο την επιλογή του κατάλληλου μείγματος μέσων και μέτρων που θα εφαρμοστούν από τους φορείς της δημόσιας διοίκησης που έχουν την ευθύνη της εύρυθμης λειτουργίας της τουριστικής αγοράς.

Η οικονομική γεωγραφία, που έχει ως αντικείμενο τη μελέτη των σχέσεων του χώρου με τις τουριστικές δραστηριότητες δηλαδή την ταξινόμηση των ροών προέλευσης και του προορισμού των τουριστών, καθώς και την ταξινόμηση των τουριστικών περιοχών.

Το τουριστικό μάρκετινγκ, που ερευνά τους παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγή και διάθεση των τουριστικών προϊόντων και προσδιορίζουν τον τόπο και τον τρόπο που πρέπει αυτά να διατεθούν. Όταν το τουριστικό μάρκετινγκ εξειδικεύεται στον ξενοδοχειακό κλάδο, τότε συγκροτεί το **ξενοδοχειακό μάρκετινγκ**.

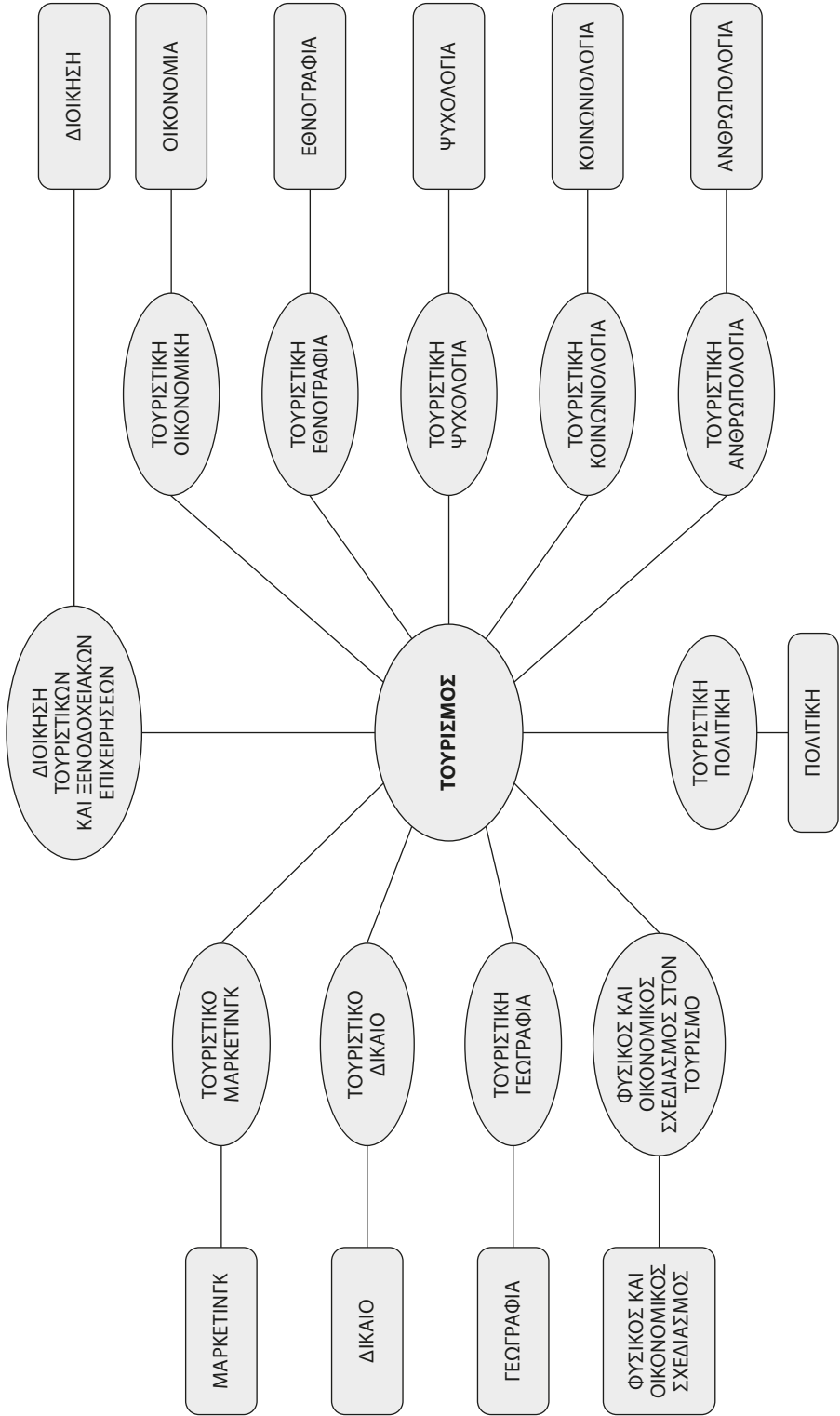
Το τουριστικό δίκαιο, που καλύπτει μια σειρά κανόνων διοικητικής, φορολογικής, εργατικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας που διέπουν την τουριστική δραστηριότητα στις διάφορες εκδηλώσεις της.

Η Διοίκηση των τουριστικών ή ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, που χρησιμοποιεί τις βασικές αρχές της διοίκησης των επιχειρήσεων και έχει σκοπό τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των στελεχών των ξενοδοχειακών και τουριστικών μονάδων και κατ' επέκταση την αποδοτικότητα και κερδοφορία τους.

Ο φυσικός και οικονομικός σχεδιασμός στον τουρισμό, που επιδιώκει την ορθολογική οργάνωση της τουριστικής ανάπτυξης στον χώρο, ώστε να μεγιστοποιούνται τα οφέλη και να ελαχιστοποιούνται οι τυχόν αρνητικές επιδράσεις.

Η τουριστική εθνογραφία, που περιλαμβάνει τα ταξίδια για τη γνωριμία, τη μελέτη και την ενασχόληση με ομάδες ανθρώπων που έχουν διαφορετικά ήθη, έθιμα, συνήθειες, παραδόσεις και τρόπο ζωής, καθώς και για τη συγκέντρωση περισσότερων στοιχείων σχετικά με διαφορετικούς πολιτισμούς.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1
Η διεπιστημονική συγκρότηση του τουρισμού



Από τα παραπάνω μπορούμε να παρατηρήσουμε πόσο περίπλοκο είναι το αντικείμενο του τουρισμού, καθότι διαρκώς εξελίσσεται, αναπτύσσεται και μετασχηματίζεται ως μια καταναλωτική δραστηριότητα, και πόσα πεδία άλλων επιστημών εμπλέκονται για την ερμηνεία του. Η τουριστική οικονομική, ως διακριτή επιστήμη του τουρισμού, συνδέεται με πολλές από τις παραπάνω επιστήμες (π.χ. οικονομική, ψυχολογία, κοινωνιολογία, πολιτική, ανθρωπολογία, μάρκετινγκ, διοίκηση) για να ερμηνεύσει την οικονομική διάσταση της τουριστικής δραστηριότητας.

1.4 Τα βασικά προβλήματα και οι περιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής οικονομικής

Το θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η τουριστική οικονομική συνίσταται αφενός στον απεριόριστο αριθμό των τουριστικών αναγκών σε συνδυασμό με το πρόβλημα της ιεράρχησής τους και αφετέρου, στους περιορισμένους τουριστικούς πόρους που προορίζονται για την ικανοποίηση των αντίστοιχων αναγκών. Συνεπώς, η τουριστική οικονομική είναι η επιστήμη που πραγματεύεται τους τρόπους με τους οποίους η κοινωνία διαχειρίζεται τους σπάνιους τουριστικούς πόρους και επιχειρεί να δώσει απαντήσεις σε ζητήματα που σχετίζονται με το ποια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν, πώς αυτά θα παραχθούν και ποιος θα πρέπει να αποκτήσει αυτά που έχουν παραχθεί.

Η τουριστική οικονομική καλείται να αντιμετωπίσει τα **ακόλουθα βασικά προβλήματα**:

- Το πρόβλημα της αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των περιορισμένων τουριστικών πόρων.
- Το πρόβλημα της διατήρησης της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας.
- Το πρόβλημα της τουριστικής μεγέθυνσης και ανάπτυξης.

Τα παραπάνω βασικά προβλήματα αντιμετωπίζονται τόσο με τον μηχανισμό των τιμών που λειτουργεί στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά όσο και με κρατική παρέμβαση. Η κρατική παρέμβαση έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα και στοχεύει στη διόρθωση των ατελειών ή αδυναμιών που υπάρχουν στη λειτουργία της τουριστικής αγοράς.

Η αντιμετώπιση των παραπάνω βασικών προβλημάτων προσκρούει σε διάφορους **περιοριστικούς παράγοντες**, οι οποίοι συνίστανται:

- Στην περιορισμένη ποσότητα των διαθέσιμων φυσικών, ανθρώπινων και κοινωνικών τουριστικών πόρων που διαθέτει κάθε χώρα.
- Στις ιδιαιτερότητες της τουριστικής ζήτησης που σχετίζονται με τα τουριστικά καταναλωτικά πρότυπα των αλλοδαπών τουριστών (π.χ. διαφορετικό πρότυπο κατανάλωσης του Γερμανού τουρίστα από τον Αμερικανό ή τον Σουηδό).
- Στους περιβαλλοντικούς και λοιπούς περιορισμούς (π.χ. όροι δόμησης, ρύπανση) που επιβάλλονται από κάθε χώρα.
- Στο περιορισμένο ελεύθερο χρόνο των τουριστών και στους θεσμικούς πα-

ράγοντες (π.χ. ετήσιος χρόνος διακοπών, σχολικές διακοπές) κάθε χώρας που επηρεάζουν αρνητικά τη δυνατότητα για παραγωγική δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων όλο τον χρόνο.

1.5 Το αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής και το τουριστικό πρόβλημα

Αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής είναι η μελέτη των τρόπων που επιλέγουν τα άτομα και οι κοινωνίες να χρησιμοποιήσουν τους περιορισμένους τουριστικούς πόρους, μεταξύ των εναλλακτικών χρήσεων που έχουν, για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων και την πώλησή τους στο ημεδαπό και αλλοδαπό τουριστικό πλήθος, με σκοπό να καλύψουν την τρέχουσα και μελλοντική τουριστική κατανάλωσή τους.

Είναι, λοιπόν, αυτονόητο ότι το αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής σχετίζεται με τη μελέτη του τρόπου διαχείρισης της **στενότητας ή σπανιότητας** (scarcity) των τουριστικών προϊόντων και των παραγωγικών συντελεστών (έδαφος, εργασία, κεφάλαιο) συγκριτικά με τις επιθυμίες ή ανάγκες των τουριστών. Λόγω της ανεπάρκειας των παραγωγικών μέσων για την πλήρη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών γεννιέται θέμα **επιλογής** (choice) εκείνων των τουριστικών αναγκών των οποίων θα πρέπει η ικανοποίηση να προτιμηθεί.

Το τουριστικό πρόβλημα, κατά βάση, είναι οικονομικό πρόβλημα και απαντά στα παρακάτω **θεμελιώδη ερωτήματα**:

- **Τι** είδους τουριστικά προϊόντα (αγαθά και υπηρεσίες) θα πρέπει να παραχθούν σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, και σε τι ποσότητες, ποιότητα και ποικιλίες; Για παράδειγμα, θα πρέπει να παραχθούν τουριστικά καταλύματα (π.χ. ξενοδοχειακές κλίνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις); Ποιας χωρητικότητας (αριθμός κλινών) και ποιας κατηγορίας (πολυτελείας, 4 αστέρων, 3 αστέρων κ.λπ.).
- **Πώς** θα πρέπει να παραχθούν τα τουριστικά προϊόντα, δηλαδή με τι πόρους και με ποια τεχνολογία; Για παράδειγμα, τι πόροι πρέπει να διατεθούν για την κατασκευή μαρινών και τι τεχνολογικές μέθοδοι θα χρησιμοποιηθούν για τον σκοπό αυτό;
- **Για ποιον** γίνεται η παραγωγή των τουριστικών προϊόντων; Για παράδειγμα, θα καλύψουν τουριστικές ανάγκες των ημεδαπών ή των αλλοδαπών τουριστών;
- **Πώς** θα γίνει η διανομή των τουριστικών προϊόντων μεταξύ των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών;
- **Πού** θα παράγονται τα διάφορα τουριστικά προϊόντα; Λόγου χάρη, σε ποια γεωγραφική περιοχή (τουριστικό προορισμό) θα κατασκευαστεί ένα ξενοδοχειακό συγκρότημα;
- **Πότε** θα χρησιμοποιηθούν τα παραγόμενα τουριστικά προϊόντα; Για παράδειγμα, οι τουριστικές εγκαταστάσεις θα χρησιμοποιηθούν όλο το έτος ή θα καλύπτουν εποχιακές ανάγκες των τουριστών;

Η μελέτη του τρόπου με τον οποίο η τουριστική οικονομική διαχειρίζεται τους σπάνιους τουριστικούς πόρους σχετίζεται με το πώς οι τουρίστες λαμβάνουν αποφάσεις, με το πώς οι τουρίστες αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους και με το πώς η τουριστική οικονομία λειτουργεί ως σύνολο. Οι τρεις αυτοί τρόποι συγκροτούν τις παρακάτω **δέκα αρχές** της τουριστικής οικονομικής (βλέπε Πίνακα 1.1), οι οποίες προκύπτουν από τις αντίστοιχες αρχές της οικονομικής (Mankiw και Taylor, 2017:2-12).

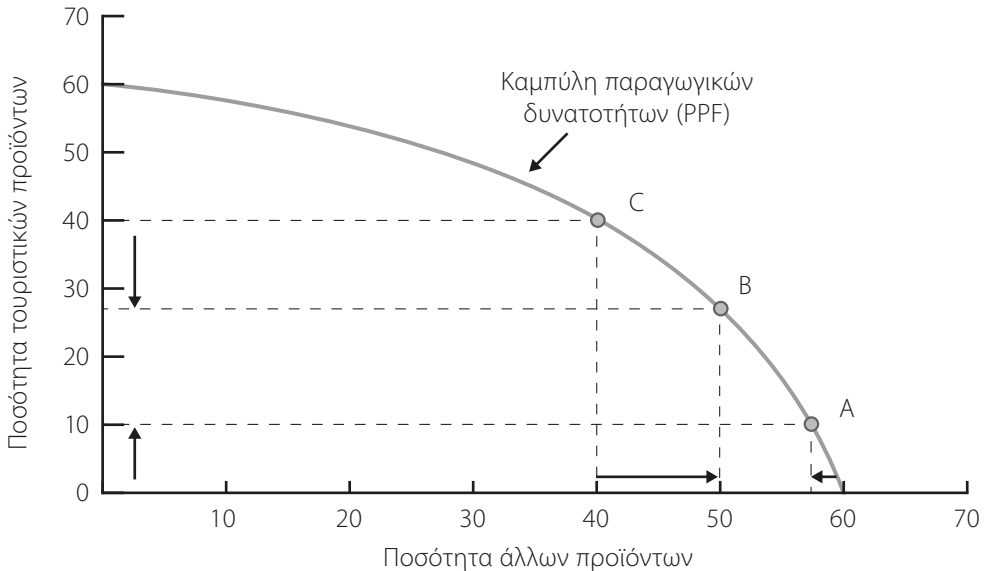
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1

Οι δέκα αρχές της τουριστικής οικονομικής

<i>Πώς οι τουρίστες παίρνουν τις αποφάσεις τους</i>	1. Οι τουρίστες αναγκάζονται να επιλέγουν μεταξύ πραγμάτων που αποκλείονται αμοιβαία (αντιμετωπίζουν αντισταθμιστικές σχέσεις).
	2. Το κόστος ενός τουριστικού αγαθού είναι ένα άλλο αγαθό από το οποίο παραιτείται κανείς για να το αποκτήσει (λειτουργούν με βάση το κόστος ευκαιρίας).
	3. Οι ορθολογικοί τουρίστες σκέφτονται με όρους οριακών μεταβολών (στηρίζονται στην αρχή της οριακότητας).
	4. Οι τουρίστες ανταποκρίνονται σε κίνητρα (παίρνουν τουριστικές αποφάσεις).
<i>Πώς οι τουρίστες αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους</i>	5. Το εμπόριο τουριστικών υπηρεσιών μπορεί να βελτιώσει τη θέση όλων (αλληλεπίδραση μεταξύ των οικονομούντων ατόμων).
	6. Οι τουριστικές αγορές είναι συνήθως ένας καλός τρόπος οργάνωσης της τουριστικής δραστηριότητας (αποτελεσματική λειτουργία των τουριστικών αγορών).
	7. Το κράτος μπορεί μερικές φορές να βελτιώσει τα αποτελέσματα που προκύπτουν μέσω των τουριστικών αγορών (αποτελεσματική κατανομή των τουριστικών πόρων).
<i>Πώς λειτουργεί η τουριστική οικονομία ως σύνολο</i>	8. Το βιοτικό επίπεδο μιας τουριστικής περιοχής ή χώρας εξαρτάται και από την ικανότητά της να παράγει τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες (παραγωγικότητα των συντελεστών της τουριστικής παραγωγής).
	9. Οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών ανέρχονται όταν το κράτος εκδίδει πολύ χρήμα (δημιουργία πληθωρισμού στην τουριστική οικονομία).
	10. Η τουριστική οικονομία και κατ' επέκταση η κοινωνία αντιμετωπίζει μια βραχυχρόνια αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας (αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας).

Πηγή: Προσαρμογή από Mankiw και Taylor (2017:12).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2
Καμπύλη παραγωγικών δυνατοτήτων και κόστος ευκαιρίας



Η **πρώτη αρχή** σχετίζεται με τη λήψη των τουριστικών αποφάσεων, όπου οι τουρίστες αντιμετωπίζουν *αντισταθμιστικές σχέσεις (trade-offs)*⁴, δηλαδή είναι αναγκασμένοι να επιλέξουν μεταξύ πραγμάτων που αποκλείονται αμοιβαία (βλέπε Διάγραμμα 1.2). Για παράδειγμα, ένας τουρίστας μπορεί να πάρει αποφάσεις σχετικά με το πώς θα δαπανήσει το οικογενειακό του εισόδημα. Έτσι, μπορεί να διαθέσει όλο το εισόδημά του για διακοπές. Όμως, θα μπορούσε να αποταμιεύσει ένα τμήμα του εισοδήματός του για άλλους σκοπούς. Σε κάθε περίπτωση, όταν αποφασίζει να δα-

4. Η αρχή αυτή εισάγει στην έννοια της **καμπύλης των παραγωγικών δυνατοτήτων** (production possibilities frontier-PPF) και δείχνει τους δυνατούς συνδυασμούς των προϊόντων που μπορούν να παραχθούν σε μια οικονομία με δεδομένους τους διαθέσιμους παραγωγικούς συντελεστές και τη διαθέσιμη τεχνολογία παραγωγής. Η καμπύλη αυτή εκφράζεται με ένα γράφημα (ευθεία γραμμή), που είτε έχει αρνητική κλίση, διότι η αύξηση της παραγόμενης ποσότητας από το ένα προϊόν οδηγεί στην κατ' ανάγκη μείωση της παραγωγής του άλλου (κόστος ευκαιρίας), που είτε έχει τα κοίλα προς τα μέσα, διότι ισχύει ο *νόμος του αυξανόμενου κόστους ευκαιρίας* δηλ. το κόστος ευκαιρίας της κάθε επιπλέον μονάδας του αγαθού γίνεται όλο και μεγαλύτερο. Η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων είναι ένα υπόδειγμα που υποδεικνύει σε μια οικονομία την πιθανή παραγωγή προϊόντων σε οποιαδήποτε συνδυασμό πάνω ή μέσα σ' αυτήν την καμπύλη και τους λόγους του κόστους ευκαιρίας, δηλαδή της εκτροπής πόρων σε διαφορετικές χρήσεις, λόγω αναδιανομής των παραγωγικών συντελεστών. Τα σημεία έξω από την καμπύλη δεν είναι εφικτά με τους δεδομένους πόρους της οικονομίας. Μετατοπίσεις της καμπύλης έχουμε είτε λόγω μεταβολών στην παραγωγικότητα των συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή κεφαλαιουχικών και καταναλωτικών αγαθών είτε λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων που λαμβάνουν χώρα στην παραγωγική διαδικασία. Η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων εξηγεί δύο από τα βασικά ερωτήματα: τι πρέπει να παραχθεί και σε πόση ποσότητα.

πανήσει μια επιπλέον χρηματική μονάδα για κάποιο αγαθό, αυτό αφαιρείται από κάποιο άλλο αγαθό. Αυτή η αντισταθμιστική σχέση (trade-offs) μπορεί να προεκταθεί σε νοικοκυριά, σε τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και σε ολόκληρο το φάσμα της τουριστικής βιομηχανίας που συγκροτεί την τουριστική οικονομία. Σε συνολικό επίπεδο, η αντισταθμιστική σχέση που αντιμετωπίζει η κοινωνία είναι αυτή της *αποτελεσματικότητας*, όπου η κοινωνία παίρνει όσο περισσότερα μπορεί από τους σπάνιους τουριστικούς πόρους της, και της *δικαιοσύνης* (equity), όπου τα οφέλη αυτών των πόρων κατανέμονται δίκαια στα μέλη της κοινωνίας. Συχνά στις κυβερνητικές πολιτικές, οι δύο αυτοί στόχοι που αναφέρονται στο μέγεθος της οικονομικής πίτας και η δικαιοσύνη στον τρόπο που μοιράζουμε την πίτα έρχονται σε σύγκρουση.

Η **δεύτερη αρχή** σχετίζεται με τη λήψη των τουριστικών αποφάσεων που απαιτεί τη σύγκριση του κόστους και του οφέλους που έχουν οι εναλλακτικές επιλογές. Αυτό εκφράζει το *κόστος ευκαιρίας* (opportunity cost) ενός πράγματος, το οποίο θυσιάζεται για να αποκτήσουμε ένα άλλο.⁵ Για παράδειγμα, ένας τουρίστας μπορεί να μην καλύψει τις βασικές του ανάγκες (π.χ. διαμονής) και να κάνει διακοπές. Στην περίπτωση αυτή, πρέπει να έχει επίγνωση του κόστους που συνοδεύει κάθε πιθανή επιλογή του.

Η **τρίτη αρχή** σχετίζεται με τη λήψη των τουριστικών αποφάσεων, όπου οι τουρίστες είναι ορθολογικοί άνθρωποι και σκέπτονται οριακά.⁶ Αυτό σημαίνει ότι τόσο ο τουρίστας όσο και οι τουριστικές επιχειρήσεις συγκρίνουν το οριακό όφελος που θα έχουν από τη λήψη μιας απόφασής τους, η οποία εκτιμάται ότι θα τους προ-

5. Το **κόστος ευκαιρίας** (opportunity cost) είναι το κόστος ενός προϊόντος που θυσιάζουμε για να το αποκτήσουμε. Από την καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι καθώς η παραγωγή ενός προϊόντος αυξάνεται με τη θυσία περισσότερων μονάδων του άλλου προϊόντος, το κόστος ευκαιρίας της κάθε επιπλέον μονάδας του προϊόντος αυξάνεται συνεχώς. Αν συνεχίσουμε να μεταφέρουμε παραγωγικούς συντελεστές από την παραγωγή του πρώτου προϊόντος στην παραγωγή δεύτερου προϊόντος θα αναγκαστούμε σιγά-σιγά να αποσύρουμε από το πρώτο προϊόν όλο και λιγότερο κατάλληλους συντελεστές για την παραγωγή του δεύτερου προϊόντος. Έτσι, η θυσία (κόστος ευκαιρίας) κάθε επιπλέον μονάδας του δεύτερου προϊόντος που παράγεται, σε μονάδες του πρώτου προϊόντος που μειώνουμε την παραγωγή του, θα γίνεται όλο και μεγαλύτερη. Αυτό οδηγεί σε αυξανόμενο κόστος παραγωγής του δεύτερου προϊόντος. Γενικεύοντας, διαπιστώνουμε ότι έχουμε αύξηση του κόστους κάθε πρόσθετης μονάδας, καθώς αυξάνεται η συνολική παραγωγή ενός προϊόντος. Αυτό είναι γνωστό ως *νόμος του αυξανόμενου κόστους* (law of increasing cost). Η βασική αιτία που προκαλεί το νόμο του αυξανόμενου κόστους είναι το γεγονός ότι όλοι οι παραγωγικοί συντελεστές δεν είναι κατάλληλοι για την παραγωγή των διαφόρων προϊόντων.

6. Η **έννοια της οριακότητας** στη μικροοικονομική επιστήμη χρησιμοποιείται για να περιγραφούν μικρές σταδιακές προσαρμογές σε κάποιο υφιστάμενο σχέδιο δράσης. Για παράδειγμα, έχετε επιλέξει να καταναείμετε το χρόνο σας για μια βδομάδα διακοπές ή για την παρακολούθηση ενός εβδομαδιαίου επιμορφωτικού τουριστικού σεμιναρίου. Για να κάνετε αυτή την επιλογή, θα πρέπει να αξιολογήσετε τα κόστη και τα οφέλη του δυνατού εναλλακτικού καταμερισμού του χρόνου σας. Έτσι, επιλέγετε στο όριο εάν θα είστε καλύτερα ή χειρότερα όταν αποφασίσετε την πραγματοποίηση των διακοπών ή την παρακολούθηση του σεμιναρίου. Με αυτό τον τρόπο μετράται η έκταση κατά την οποία μεταβάλλεται μια εξαρτημένη μεταβλητή ως αποτέλεσμα της μεταβολής μιας ανεξάρτητης μεταβολής, κατά μία επιπλέον μονάδα.

σφέρει πρόσθετη ικανοποίηση ή οικονομικό όφελος, και του οριακού κόστους που θα έχουν όταν δεν πραγματοποιήσουν το σχέδιο δράσης τους. Μια ορθολογική επιλογή είναι το αποτέλεσμα της παραπάνω σύγκρισης και υλοποιείται μόνο αν το οριακό όφελος υπερβαίνει το οριακό κόστος.

Η **τέταρτη αρχή** σχετίζεται με τη *λήψη των τουριστικών αποφάσεων*, όπου οι τουρίστες συγκρίνοντας κόστος και όφελος μπορεί να αλλάξουν συμπεριφορά, όταν μεταβάλλονται αυτοί οι παράγοντες, που σημαίνει ότι ανταποκρίνονται στα *τουριστικά κίνητρα*. Η συμπεριφορά δηλαδή των τουριστών καθορίζεται από τα κίνητρα αυτών, τα οποία επηρεάζουν τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και την άσκηση τουριστικής πολιτικής από τους αρμόδιους φορείς.

Η **πέμπτη αρχή** σχετίζεται με την *αλληλεπίδραση* των οικονομούντων ατόμων, όπου μέσω των διεθνών εμπορικών συναλλαγών οι τουρίστες, οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι χώρες μπορούν να αγοράσουν μεγαλύτερη ποικιλία τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με χαμηλότερο κόστος. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της τουριστικής εξειδίκευσης και της ανταλλαγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ των χωρών. Για παράδειγμα, ένας τουρίστας μπορεί να προμηθευτεί ένα τουριστικό πακέτο σε χαμηλό κόστος σε μια παγκοσμιοποιημένη αγορά που λειτουργεί ανταγωνιστικά, καθότι οι εμπορικές σχέσεις ανάμεσα στις οικονομίες των χωρών μπορούν να βελτιώσουν τη θέση όλων των συναλλασσόμενων οικονομιών.

Η **έκτη αρχή** σχετίζεται με τη *λειτουργία των αγορών*, που συνήθως αποτελούν ένα καλό μέσο για την οργάνωση της τουριστικής δραστηριότητας. Στις οικονομίες της αγοράς η καλύτερη επιλογή για την καθοδήγηση της τουριστικής δραστηριότητας είναι αυτή που απαντά στις τρεις βασικές αρχές του προβλήματος της τουριστικής οικονομικής και επιτυγχάνεται με την κατανομή των τουριστικών πόρων διαμέσου των αποκεντρωμένων αποφάσεων πολλών τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών, καθώς αλληλοεπιδρούν στις αγορές για τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Αυτό οδηγεί στην οργάνωση της τουριστικής δραστηριότητας με τέτοιο τρόπο που να προάγει και τη συνολική οικονομική ευημερία.

Η **έβδομη αρχή** σχετίζεται με το πώς το κράτος μπορεί να βελτιώσει τα αποτελέσματα που προκύπτουν μέσω της τουριστικής αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι όπου οι δυνάμεις της τουριστικής αγοράς δεν οδηγούν σε *αποτελεσματική κατανομή των πόρων*, δηλαδή έχουμε αποτυχία της τουριστικής αγοράς λόγω ύπαρξης μιας εξωτερικότητας (π.χ. κόστος της μόλυνσης του περιβάλλοντος) είτε στη δύναμη της τουριστικής αγοράς, όπου η ικανότητα ενός μεμονωμένου παράγοντα ή μιας μικρής ομάδας παραγόντων επηρεάζει σημαντικά τις τιμές της αγοράς, τότε το κράτος μπορεί να λάβει ή να μη λάβει μέτρα τουριστικής πολιτικής που αποσκοπούν (όχι πάντα) στην επίτευξη μιας πιο δίκαιης κατανομής της οικονομικής ευημερίας.

Η **όγδοη αρχή** σχετίζεται με τη λειτουργία της τουριστικής οικονομίας και ειδικότερα με το γεγονός ότι το βιοτικό επίπεδο μιας οικονομίας εξαρτάται από την ικανότητά της να παράγει τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Αυτό εξαρτάται τόσο από την ποσότητα και ποιότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που μπορούν να παραχθούν και να αγοραστούν όσο και από την *παραγωγικότητα* των συντελεστών παραγωγής. Η παραγωγικότητα στον τουρισμό εξαρτάται από το

φυσικό κεφάλαιο ανά εργαζόμενο, το ανθρώπινο κεφάλαιο ανά εργαζόμενο, τους φυσικούς πόρους ανά εργαζόμενο και την κατάσταση της τεχνολογίας. Συνεπώς, η παραγωγικότητα είναι κύριος καθοριστικός παράγοντας του βιοτικού επιπέδου, γι' αυτό και οι σχεδιαστές της τουριστικής οικονομικής πολιτικής παρεμβαίνουν να την επηρεάσουν.

Η **ένατη αρχή** σχετίζεται με την *άνοδο των τιμών* των τουριστικών προϊόντων όταν το κράτος αυξάνει την ποσότητα του χρήματος που κυκλοφορεί στην οικονομία. Η συνεχής ή γενική άνοδος των τιμών μπορεί να προέρχεται είτε από την πλευρά της προσφοράς (π.χ. αύξησης κόστους παραγωγής των τουριστικών προϊόντων λόγω αύξησης της τιμής του πετρελαίου) είτε από την πλευρά της ζήτησης (π.χ. αύξηση του εργατικού κόστους, λόγω συνδικαλιστικών διεκδικήσεων) δημιουργεί *πληθωρισμό* στην οικονομία.

Η **δέκατη αρχή** σχετίζεται με τη βραχυχρόνια *αντίστροφη σχέση* μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας. Αυτό σημαίνει ότι μια άνοδος του γενικού επιπέδου των τιμών στην οικονομία οδηγεί σε πληθωρισμό, ενώ το αντίθετο οδηγεί σε ύφεση με επακόλουθο την ανεργία. Συνεπώς, η κοινωνία αντιμετωπίζει μια βραχυχρόνια αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας που εκφράζεται από την *καμπύλη Philips*⁷. Οι σχεδιαστές της οικονομικής πολιτικής στηριζόμενοι στη βραχυχρόνια αυτή σχέση χρησιμοποιούν το κατάλληλο μείγμα επεκτατικής ή περιοριστικής δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής για να σταθεροποιήσουν την οικονομία στο επιθυμητό επίπεδο. Όταν τα μέτρα αυτά δεν αποδίδουν, τότε το πιθανό είναι να υπάρχει το φαινόμενο του *στασιμοπληθωρισμού*, δηλαδή της συνύπαρξης ανεργίας και πληθωρισμού, οπότε οι φορείς της οικονομικής πολιτικής επιδιώκουν διαρθρωτικές αλλαγές στην οικονομία.

1.6 Οι βασικές διακρίσεις της τουριστικής οικονομικής

Η τουριστική οικονομική διακρίνεται σε τρεις βασικές ενότητες: την περιγραφική τουριστική οικονομική, τη θεωρητική τουριστική οικονομική ή τουριστική θεωρία και την εφαρμοσμένη τουριστική οικονομική ή τουριστική πολιτική (Ηγουμενάκης, 1997: 31-35, Λαγός και Λιαργκόβας, 2003:36-37).

Η περιγραφική τουριστική οικονομική

Η περιγραφική τουριστική οικονομική έχει ως αντικείμενο τη συλλογή στοιχείων και δεδομένων για τα διάφορα προβλήματα της τουριστικής βιομηχανίας. Η συγκέντρωση αυτών των στοιχείων και δεδομένων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την εξέταση και τη μελέτη του τουριστικού προβλήματος. Το υλικό που συγκεντρώνεται ταξινομείται συστηματικά για να είναι δυνατή η επεξεργασία και η ερ-

7. Η αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας που περιγράφεται από την *καμπύλη Philips* δεν ισχύει στη μακροχρόνια περίοδο, καθότι ο προσδοκώμενος πληθωρισμός προσαρμόζεται σε μεταβολές του τρέχοντος (πραγματικού) πληθωρισμού και η ανεργία επιστρέφει στο φυσικό ποσοστό της.

μηνεία των διαφόρων τουριστικών γεγονότων. Τα τουριστικά στοιχεία και δεδομένα προέρχονται από διάφορες πηγές. Οι πηγές αυτές είναι η Υπηρεσία των Εθνικών Λογαριασμών του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας, η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), τα δελτία και οι ετήσιες επισκοπήσεις της οικονομίας κάθε χώρας που κάνουν ορισμένες μεγάλες τράπεζες ή τουριστικοί φορείς (π.χ. Τράπεζα Ελλάδος για την «Έρευνα Συνόρων»⁸), οι ισολογισμοί των εταιρειών που δημοσιεύονται στον τύπο, οι διεθνείς στατιστικές που προέρχονται από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), τη Διεθνή Τράπεζα, την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO).

Η θεωρητική τουριστική οικονομική

Η θεωρητική τουριστική οικονομική ή *τουριστική οικονομική* ή γενική θεωρία του τουρισμού ασχολείται με τη μελέτη και την έρευνα των γενικών νόμων εμφάνισης και ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου. Η θεωρητική τουριστική οικονομική καλύπτει τα παραπάνω θεμελιώδη ερωτήματα του τουριστικού προβλήματος, στηριζόμενη στις δέκα αρχές που σχετίζονται με τη συμπεριφορά των τουριστών, τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και τη γενικότερη οικονομική λειτουργία των εμπλεκόμενων φορέων (stakeholders) της τουριστικής βιομηχανίας. Ειδικότερο αντικείμενο είναι η ερμηνεία των διαφόρων γεγονότων του τουριστικού φαινομένου, όπως είναι η τουριστική ζήτηση και οι επιμέρους παράγοντες που τη διαμορφώνουν (τουριστικές ανάγκες, τουριστικά κίνητρα, καταναλωτικά πρότυπα, διαδικασίες λήψης τουριστικών αποφάσεων κ.λπ.), η τιμή πώλησης του τουριστικού προϊόντος, οι παραγόμενες και προσφερόμενες ποσότητες, το κόστος παραγωγής, οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών, οι τουριστικές επενδύσεις που πρέπει να γίνουν, οι μορφές των τουριστικών αγορών κ.λπ., με τη διατύπωση νόμων, αρχών ή θεωριών.

Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομική ή τουριστική πολιτική

Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομική ή τουριστική πολιτική αποτελεί ενιαίο σύστημα αρχών, κανόνων και μεθόδων ρυθμιστικής παρέμβασης του κράτους στην τουριστική οικονομία με σκοπό τον επηρεασμό ή τον έλεγχο της τουριστικής συμπεριφοράς και των συνεπειών της.

8. Η «Έρευνα Συνόρων» είναι μία δειγματοληπτική έρευνα εισερχομένων (μη κατοίκων) και εξερχόμενων (κατοίκων) ταξιδιωτών με βασικό στόχο την εκτίμηση, σε μηνιαία συχνότητα, της ταξιδιωτικής δαπάνης των μη κατοίκων στην Ελλάδα και αυτής των κατοίκων στο εξωτερικό. Η συλλογή των στοιχείων της έρευνας, πραγματοποιείται με συνεντεύξεις, οι οποίες διεξάγονται στο τέλος του ταξιδιού, δηλαδή κατά την αναχώρηση των μη κατοίκων από την Ελλάδα και κατά την επιστροφή των κατοίκων από το εξωτερικό. Παράλληλα με τις συνεντεύξεις πραγματοποιείται καταμέτρηση του πλήθους και της μόνιμης κατοικίας των ταξιδιωτών που εισέρχονται και εξέρχονται, αντίστοιχα, από τον συνοριακό σταθμό. Η έρευνα καλύπτει την κίνηση των ταξιδιωτών, εξερχόμενων και εισερχομένων, σε κάθε είδος (τύπο) συνοριακού σταθμού (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικά και σιδηροδρομικά συνοριακά σημεία). Η μεθοδολογία της «Έρευνας Συνόρων» παρουσιάζεται αναλυτικά στο Οικονομικό Δελτίο της Τράπεζας της Ελλάδος (βλέπε Παντελίδης και Κουβατσέα 2006:71-119).

Με την άσκηση της τουριστικής πολιτικής είναι δυνατό να προβλεφθούν έγκαιρα οι εξελίξεις διαφόρων γεγονότων, όπως των επιπτώσεων από τη διενέργεια των Ολυμπιακών Αγώνων σε μια χώρα, και να ελεγχθούν οι ανεπιθύμητες συνέπειες.

1.7 Σύνοψη κεφαλαίου

Η τουριστική οικονομική είναι ένας κλάδος των κοινωνικών επιστημών, ο οποίος διερευνά, εξετάζει και μελετά τη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, τις μορφές και την ισορροπία της τουριστικής αγοράς, καθώς και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται σε ορισμένο τόπο προορισμού και χρόνο.

Η σημασία της τουριστικής οικονομικής σχετίζεται με την ορθολογικότερη αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος, τον καλύτερο προγραμματισμό της τουριστικής παραγωγής και τη διατύπωση στρατηγικών στόχων και προτάσεων τουριστικής πολιτικής.

Η τουριστική οικονομική έχει *διεπιστημονικό χαρακτήρα*, γι' αυτό και σχετίζεται με διάφορες άλλες επιστήμες, από τις οποίες δημιουργήθηκαν εξειδικευμένοι κλάδοι επιστημών που ασχολούνται με ειδικότερα θέματα της τουριστικής δραστηριότητας.

Το *θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα* που αντιμετωπίζει η τουριστική οικονομική συνίσταται στον απεριόριστο αριθμό των τουριστικών αναγκών και τους περιορισμένους τουριστικούς πόρους που προορίζονται για την ικανοποίηση των αντίστοιχων αναγκών. Αυτό οδηγεί στην αντιμετώπιση των βασικών οικονομικών προβλημάτων που είναι η άριστη κατανομή ή χρησιμοποίηση των περιορισμένων τουριστικών πόρων, η διατήρηση της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας και η τουριστική μεγέθυνση και ανάπτυξη. Τα προβλήματα αυτά αντιμετωπίζονται τόσο με τον μηχανισμό των τιμών που λειτουργεί στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά όσο και με κρατική παρέμβαση.

Το *αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής* σχετίζεται με τη μελέτη του τρόπου διαχείρισης της στενότητας ή σπανιότητας των τουριστικών προϊόντων και συντελεστών τουριστικής παραγωγής (έδαφος, εργασία, κεφάλαιο) συγκριτικά με τις επιθυμίες ή ανάγκες των τουριστών. Η τουριστική οικονομική διαχειρίζεται τους σπάνιους τουριστικούς πόρους και επιχειρεί να δώσει απαντήσεις στα τρία βασικά ερωτήματα που σχετίζονται με τα ποια τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα πρέπει να παραχθούν, πώς αυτά θα πρέπει να παραχθούν και ποιος θα πρέπει να αποκτήσει αυτά που έχουν παραχθεί.

Η τουριστική οικονομική μελετά πώς οι άνθρωποι λαμβάνουν αποφάσεις, πώς οι άνθρωποι αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους και πώς η οικονομία λειτουργεί ως σύνολο. Στο πλαίσιο αυτό υπάρχουν *δέκα αρχές*, που αποτελούν δομικά στοιχεία της μελέτης των οικονομικών, από τις οποίες οι τέσσερις πρώτες σχετίζονται με την ατομική λήψη των αποφάσεων, και εστιάζουν στον τρόπο που οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν τις αντισταθμιστικές επιλογές ανάμεσα σε εναλλακτικούς στόχους, στον τρόπο που οι ορθολογικοί άνθρωποι λαμβάνουν αποφάσεις συγκρίνοντας το οριακό κόστος με το οριακό όφελος και στον τρόπο που οι άνθρωποι αλλάζουν τη συμπεριφορά τους ανάλο-

γα με τα κίνητρα που έχουν. Οι επόμενες τρεις αρχές σχετίζονται με την αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων, καθότι το εμπόριο μπορεί να είναι αμοιβαία ωφέλιμο, οι αγορές καταφέρνουν να συντονίζουν καλά το εμπόριο μεταξύ των ανθρώπων και το κράτος έχει τη δυνατότητα να βελτιώσει τα αποτελέσματα της αγοράς. Οι επόμενες τρεις αρχές σχετίζονται με την οικονομία ως σύνολο και ορίζουν ότι η παραγωγικότητα είναι η κύρια πηγή προσδιορισμού του βιοτικού επιπέδου, η αύξηση της ποσότητας του χρήματος είναι η πηγή του πληθωρισμού και η κοινωνία αντιμετωπίζει μια βραχυχρόνια αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας.

Η *περιγραφική τουριστική οικονομική* έχει ως αντικείμενο τη συλλογή στοιχείων και δεδομένων για τη συστηματική επεξεργασία και περιγραφή του τουριστικού προβλήματος. Η *θεωρητική τουριστική οικονομική* (τουριστική θεωρία) ασχολείται με την ερμηνεία των διαφόρων γεγονότων για τη διατύπωση νόμων και θεωριών και τη διαμόρφωση υποδειγμάτων για την οικονομική συμπεριφορά των εμπλεκόμενων φορέων στην τουριστική βιομηχανία. Η *εφαρμοσμένη τουριστική οικονομική* (τουριστική πολιτική) ασχολείται με τον επηρεασμό ή τον έλεγχο της οικονομικής συμπεριφοράς και των συνεπειών της.

Ερωτήσεις κεφαλαίου

1. Πώς οριοθετείται το γνωστικό αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής;
2. Ποια είναι η σημασία της τουριστικής οικονομικής;
3. Ποια είναι η σχέση μεταξύ τουριστικής οικονομικής και άλλων επιστημονικών κλάδων;
4. Τι εννοούμε με τον όρο «διεπιστημονική συγκρότηση του τουρισμού»;
5. Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η τουριστική οικονομική; Πώς αυτά αντιμετωπίζονται στις σύγχρονες οικονομίες; Ποιος είναι εν προκειμένω ο ρόλος του κράτους;
6. Ποιοι είναι οι περιοριστικοί παράγοντες στους οποίους προσκρούει η αντιμετώπιση των βασικών οικονομικών προβλημάτων στην τουριστική οικονομία;
7. Εξηγήστε τη φύση του προβλήματος της στενότητας και τον λόγο για τον οποίο αυτό θεωρείται βάση του τουριστικού οικονομικού προβλήματος.
8. Ποιο είναι το αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής; Ποια είναι τα θεμελιώδη ερωτήματα που απορρέουν από τον νόμο της στενότητας/σπανιότητας και σχετίζονται με την τουριστική οικονομική;
9. Με ποιους τρόπους η τουριστική οικονομική διαχειρίζεται τους σπάνιους τουριστικούς πόρους και ποιες είναι οι αρχές που σχετίζονται με αυτούς τους τρόπους;
10. Να περιγράψετε συνοπτικά το εννοιολογικό περιεχόμενο των δέκα αρχών της τουριστικής οικονομικής που σχετίζονται με τη διαχείριση των σπάνιων τουριστικών πόρων.
11. Γιατί είναι σημαντική η παραγωγικότητα στον τουρισμό;
12. Να συγκρίνετε το οικονομικό κόστος (αεροπορικά εισιτήρια, διαμονή, διατροφή κ.λπ.) και το ψυχολογικό όφελος που υπάρχει από ένα ταξίδι διακοπών.

13. Πότε και γιατί τα κίνητρα καταφέρνουν να αλλάξουν την ανθρώπινη συμπεριφορά για την εκδήλωση πρόθεσης πραγματοποίησης ταξιδιού διακοπών;
14. Τι δείχνει η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων στην τουριστική οικονομία;
15. Τι είναι το κόστος ευκαιρίας στον τουρισμό; Να δώσετε ένα παράδειγμα.
16. Γιατί η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων είναι κοίλη προς την αρχή των αξόνων;
17. Ποια οικονομική σχέση υπάρχει μεταξύ της καμπύλης των παραγωγικών δυνατοτήτων και της παραγωγικότητας στον τουρισμό;
18. Ποιες είναι οι τρεις βασικές ενότητες στις οποίες υποδιαιρείται η τουριστική οικονομική; Ποιο είναι το γνωστικό αντικείμενο μιας εκάστης εξ αυτών και σε τι διαφέρουν;

Προβλήματα εξάσκησης και απαντήσεις

Πρόβλημα 1.1

Γιατί το «για ποιον γίνεται η τουριστική παραγωγή» είναι ένα πρόβλημα για την τουριστική οικονομία; Πώς αντιμετωπίζεται αυτό;

Απάντηση

Το ερώτημα «για ποιον γίνεται η τουριστική παραγωγή» αναφέρεται στο πόσες από τις ανάγκες του τουρίστα-καταναλωτή θα ικανοποιηθούν. Αν οι παραγωγικοί τουριστικοί πόροι είναι περιορισμένοι ή ανεπαρκείς, η τουριστική οικονομία δεν μπορεί να ικανοποιήσει όλες τις τουριστικές ανάγκες. Έτσι, τίθεται το πρόβλημα της επιλογής των τουριστικών αναγκών που η ικανοποίησή τους θα προτιμηθεί. Αυτό το πρόβλημα, σε μια ελεύθερη οικονομία, λύνεται με τον μηχανισμό των τιμών, σε μια μεικτή οικονομία λύνεται με την παρέμβαση του κράτους και σε μια συγκεντρωτική οικονομία λύνεται από την επιτροπή προγραμματισμού.

Πρόβλημα 1.2

Η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας παρουσιάζει διαγραμματικά τρεις βασικές έννοιες: στενότητα/σπανιότητα, επιλογή, κόστος ευκαιρίας. Να εξηγήσετε πώς παρουσιάζονται οι έννοιες αυτές στο διάγραμμα της καμπύλης.

Απάντηση

Η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων στην τουριστική οικονομία παρουσιάζει τις έννοιες στενότητα/σπανιότητα, επιλογή και κόστος ευκαιρίας ως εξής:

- Η στενότητα/σπανιότητα των τουριστικών πόρων φαίνεται από την ύπαρξη μη δυνατών (ανέφικτων) συνδυασμών δεξιά από την καμπύλη (βλέπε Διάγραμμα 1.2 κεφ.1).
- Η επιλογή φαίνεται στην ανάγκη για επιλογή μεταξύ των διαφόρων δυνατών συνδυασμών (αφού οι τουριστικοί πόροι είναι περιορισμένοι) αριστερά και κατά μήκος στην καμπύλη.

- Το κόστος ευκαιρίας φαίνεται στην αρνητική κλίση της καμπύλης (αύξηση της παραγόμενης ποσότητας από το ένα τουριστικό αγαθό οδηγεί στην κατ' ανάγκη μείωση της παραγωγής του άλλου).

Πρόβλημα 1.3

Να εξηγήσετε τις έννοιες του «κόστους ευκαιρίας» και του «νόμου του αυξανόμενου κόστους» στην τουριστική οικονομία και να δείξετε αν συσχετίζονται μεταξύ τους.

Απάντηση

Επειδή οι τουριστικοί πόροι είναι περιορισμένοι (βρίσκονται σε στενότητα/σπανιότητα) και οι ανάγκες είναι απεριόριστες, όλες οι κοινωνίες αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της επιλογής. Η στενότητα/σπανιότητα των τουριστικών πόρων οδηγεί στην επιλογή και κάθε φορά που ο καθένας μας «αναγκάζεται» σε επιλογή έχει κάποιο κόστος ευκαιρίας που μετριέται σε όρους εναλλακτικών λύσεων που θυσιάζονται. Στην περίπτωση του αυξανόμενου κόστους, εάν μια κοινωνία θέλει να παράγει περισσότερες μονάδες από ένα ορισμένο τουριστικό προϊόν (π.χ. Β), τότε πρέπει να θυσιάζει όλο και περισσότερες μονάδες άλλων αγαθών (π.χ. Α). Δηλαδή η θυσία που θα πρέπει να κάνουμε από το προϊόν Α για την απόκτηση της πρώτης μονάδας από το Β είναι αρκετά μικρή. Όμως, αν συνεχιστεί η διαδικασία αυτή, τότε μεταφέρουμε παραγωγικούς συντελεστές από την παραγωγή του προϊόντος Α στην παραγωγή του προϊόντος Β. Αυτό σημαίνει ότι το κόστος ευκαιρίας της κάθε επιπλέον μονάδας του τουριστικού προϊόντος Β (που αυξάνει η παραγωγή του) γίνεται μεγαλύτερο (βλέπε Διάγραμμα 1.2 κεφ.1) και οφείλεται στο ότι οι συντελεστές παραγωγής δεν είναι όλοι το ίδιο κατάλληλοι για παραγωγή εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων. Έτσι, μερικοί συντελεστές παραγωγής είναι περισσότερο κατάλληλοι για την παραγωγή ορισμένων τουριστικών προϊόντων και λιγότερο κατάλληλοι για την παραγωγή άλλων. Από τα παραπάνω φαίνεται ότι οι δύο αυτές έννοιες σχετίζονται μεταξύ τους, αφού, όταν αναφερόμαστε στο αυξανόμενο κόστος, εννοούμε το αυξανόμενο κόστος ευκαιρίας.

Πρόβλημα 1.4

Υποθέτουμε ότι μια τουριστική οικονομία παράγει δύο προϊόντα Q_1 και Q_2 . Για την παραγωγή των δύο αυτών προϊόντων χρησιμοποιείται μόνο εργασία και έχουν την ίδια συνάρτηση τουριστικής παραγωγής, $Q_1=2L_1$ και $Q_2=2L_2$, όπου Q_1 είναι η παραγόμενη ποσότητα του Q_1 και αντίστοιχα για το Q_2 . Η συνολική ποσότητα της τουριστικής εργασίας είναι $L=40$. Να ευρεθεί η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας, όταν $Q_1=0$, $Q_1=10$, $Q_2=0$ και $Q_2=20$.

Απάντηση

Για να βρούμε την καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας, πρέπει να υποθέσουμε ότι το εργατικό δυναμικό απασχολείται πλήρως στην παραγωγή των δύο τουριστικών προϊόντων, δηλαδή $L=L_1+L_2=40$

- Αν $Q_1=0$, τότε όλη η εργασία παράγει μόνο Q_2 και $Q_2=2L_2=2(40)=80$.

- Αν $Q_1=10$, η απαιτούμενη εργασία είναι $L_1=Q_1/2=10/2=5$. Έτσι, $L_2=L-L_1=40-5=35$ και συνεπώς $Q_2=2L_2=2(35)=70$.
- Αν $Q_2=0$, τότε όλη η εργασία παράγει μόνο Q_1 και $Q_1=2L_1=2(40)=80$.
- Αν $Q_2=20$, η απαιτούμενη εργασία είναι $L_2=Q_2/2=20/2=10$. Έτσι, $L_1=L-L_2=40-10=30$ και συνεπώς $Q_1=2L_1=2(30)=60$.

Άρα, έχουμε βρει τους συνδυασμούς ($Q_1=0, Q_2=80$) ($Q_1=10, Q_2=70$) ($Q_1=80, Q_2=0$) και ($Q_1=60, Q_2=20$) και μπορούμε να προσδιορίσουμε την καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας, η οποία είναι ευθεία γραμμή και οφείλεται στο γεγονός ότι η τουριστική εργασία παράγει τις ίδιες μονάδες και στα δύο τουριστικά προϊόντα, λόγω της ίδιας συνάρτησης τουριστικής παραγωγής.

Πρόβλημα 1.5

Υποθέτουμε ότι $Q_1=2L_1$, $Q_2=2L_2$ και $L=60$. Να δείξετε ότι ο τριπλασιασμός της τουριστικής εργασίας έχει το ίδιο αποτέλεσμα πάνω στην καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων της τουριστικής οικονομίας, όπως και ο τριπλασιασμός της παραγωγικότητας της τουριστικής εργασίας.

Απάντηση

Με δεδομένο ότι $L=L_1+L_2$, έχουμε:

- Όταν $Q_1=2L_1$, $Q_2=2L_2$ και $L=60$, η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων είναι: $Q_1=2L_1 \Rightarrow Q_1=2(L-L_2) \Rightarrow Q_1=2(L-Q_2/2)=2(60-Q_2/2)=120-Q_2$.
- Όταν $Q_1=2L_1$, $Q_2=2L_2$ και $L=180$, η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων είναι: $Q_1=2L_1 \Rightarrow Q_1=2(L-L_2) \Rightarrow Q_1=2(L-Q_2/2)=2(180-Q_2/2)=360-Q_2$.
- Όταν $Q_1=2L_1$, $Q_2=2L_2$ και $L=540$, η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων είναι: $Q_1=2L_1 \Rightarrow Q_1=2(L-L_2) \Rightarrow Q_1=2(L-Q_2/2)=2(540-Q_2/2)=1080-Q_2$.

Συνεπώς, η αύξηση (τριπλασιασμός) της παραγωγικότητας της τουριστικής εργασίας (L) είναι ουσιαστικά ίδια με την αύξηση (τριπλασιασμός) των παραγωγικών συντελεστών (L_1 και L_2).