

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Ο τουρισμός ως σύστημα

3.1.1 Γενικά

Η **συστημική θεωρία** (systemic theory) ή μεθοδολογία είναι ένας βασικός αναπροσανατολισμός της επιστημονικής σκέψης που συντελείται τα τελευταία χρόνια. Όπως υποδηλώνει και η ονομασία της, η συστημική μεθοδολογία τονίζει ότι το αντικείμενο της μελέτης πρέπει να υποβάλλεται σε επιστημονική έρευνα, πάντοτε, ως ενιαίο και αδιαίρετο σύνολο. Η κεντρική έννοια αυτής της μεθοδολογίας είναι το σύστημα (system), που είναι ένα άθροισμα στοιχείων και μεταβλητών τα οποία ασκούν μεταξύ τους μια συνεχή αλληλεπίδραση, ή και αλληλεξάρτηση, και αποτελούν ένα ενοποιημένο σύνολο.

Η προσέγγιση του αντικειμένου της μελέτης ως συνόλου είναι η μόνη ενδεδειγμένη μέθοδος, όταν πρόκειται για πολύπλοκα συστήματα (complex systems), δηλ. για σύνολα απαρτιζόμενα από πολλά και διαφοροποιημένα μέρη που συνδέονται μεταξύ τους με πολλαπλές διασυνδέσεις αλληλεπίδρασης.

Η συστημική μέθοδος εκφράζει νέα λογική έρευνας («το σύνολο δεν είναι αναγώγιμο στα μέρη του»), που υπαγορεύεται από τον πολύπλοκο χαρακτήρα των ίδιων των αντικειμένων που μελετά. Η λογική αυτή αποτυπώνεται στα «μοντέλα» (models) που κατασκευάζει ο ερευνητής, με τη βοήθεια της τοπολογίας, για τη θεωρητική αναπαράστασή τους.

Η κατασκευή των θεωρητικών αυτών προτύπων, που περιγράφουν τη δομή και λειτουργία των συστημάτων, είναι ουσιώδες μέρος της συστημικής μεθοδολογίας, γιατί επιτρέπει την κατάλληλη επιστημονική απλούστευση (αφαίρεση) του πολύπλοκου συνόλου, εκείνη δηλαδή που διατηρεί και προβάλλει τις χαρακτηριστικές του ιδιότητες.

Στα πολύπλοκα συστήματα, οι διασυνδέσεις είναι πολλαπλές και έχουν ποικίλο χαρακτήρα. Η αλληλεπίδραση όλων των στοιχείων του συστήματος, που γίνεται μέσω των διασυνδέσεων, καθώς επίσης και η ανάδραση (feedback) της πληροφορίας στη σχέση του με το περιβάλλον,

αποκλείει τη διάκριση αιτίου και αποτελέσματος στη συμπεριφορά του. Η συμπεριφορά των πολύπλοκων συστημάτων είναι τελεολογική γιατί ενδιαφέρεται για τους σκοπούς, τις λειτουργίες και τις επιλογές των συστημάτων. Η συστημική θεωρία εξετάζει τη σκόπιμη συμπεριφορά των συστημάτων με καθαρά εμπειρικό τρόπο: σκοπός (goal), λειτουργία (function), έλεγχος (control).

Κάθε σύστημα συνδέεται με άλλα συστήματα με σχέση που μπορεί να είναι γραμμική, τυχαία ή επανατροφοδοτική. Στη συγκεκριμένη εικόνα της πραγματικότητας, τα συστήματα δεν υπάρχουν απομονωμένα το ένα από το άλλο, αλλά είναι με κάποιο τρόπο μέρη ενός γενικότερου συστήματος, ή τελικά του συστήματος.

Το πρότυπο που κατασκευάζει ο ερευνητής δίνει την αφηρημένη περιγραφή του συστήματος (δομή και λειτουργία), όχι για να εξηγήσει τι είναι το σύστημα, αλλά για να δείξει τις δυνατότητες και τους τρόπους λειτουργίας και βελτίωσής του.

Η συστημική μεθοδολογία είναι διεπιστημονική. Αντιπροσωπεύει, δηλαδή, μια προσπάθεια δημιουργίας γενικής θεώρησης των πραγμάτων μέσα από φαινομενικά διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους.

Σε αντίθεση με τη συστημική μέθοδο, η παραδοσιακή μέθοδος στηρίζεται στην ανάλυση, δηλ. στη διάσπαση του συνθέτου αντικειμένου της μελέτης και στην αναζήτηση του ελάχιστου αδιαίρετου μέρους του, που μελετάται μεμονωμένα και που οι ιδιότητές του πιστεύεται ότι εξηγούν το σύνολο. Η αναλυτική αυτή μέθοδος είχε δεσπόσει στην επιστήμη από την εποχή του Καρτέσιου.

Η μεθοδολογία της συστημικής ανάλυσης έχει εφαρμογές σε πολλούς τομείς της σύγχρονης κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας, όπως Ιατρική, Κοινωνιολογία, Επιχειρησιακή έρευνα, Ανθρωπολογία, Επιστημονική πολιτική, Τουριστική Οικονομία κ.λπ.

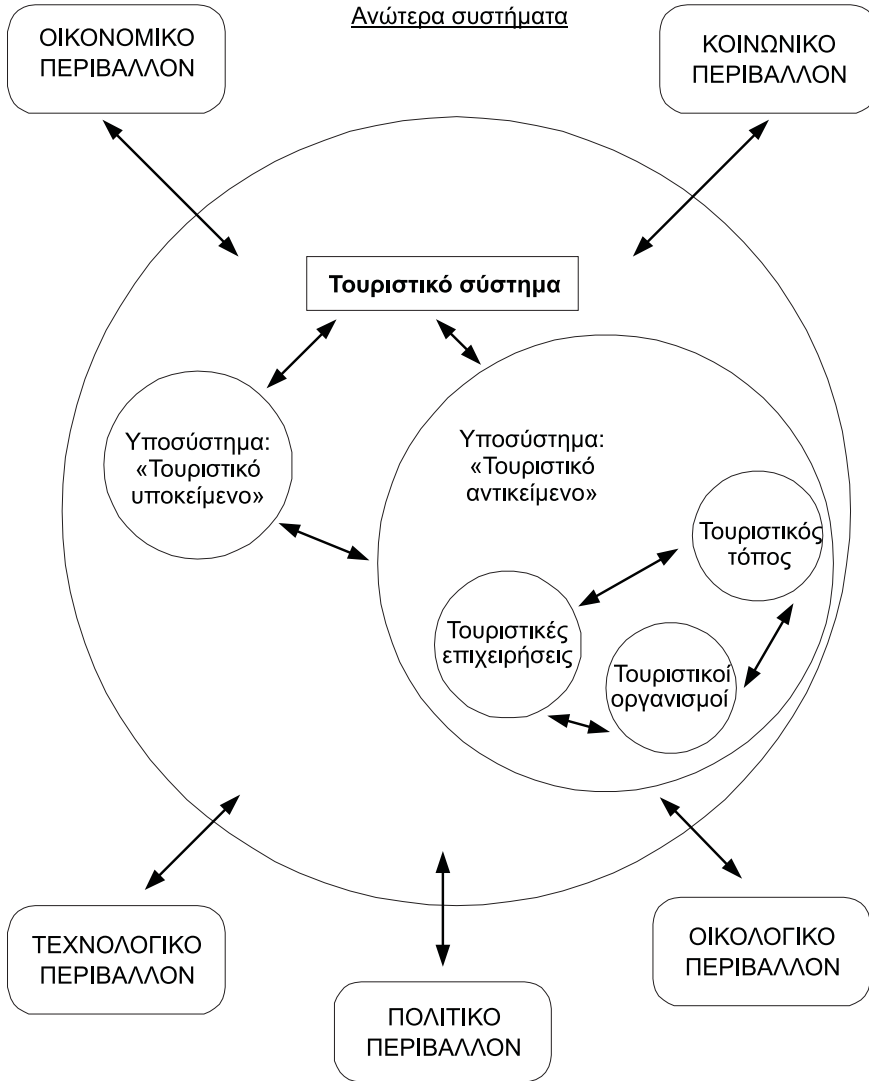
Τέλος, στο πλαίσιο της θεωρίας των συστημάτων, η αιφόρος ανάπτυξη προσεγγίζεται ως μια διαδικασία μεγιστοποίησης και ρύθμισης όλων των στοιχείων ενός αναπτυξιακού συστήματος (όπου περιλαμβάνεται και ο τουρισμός), κατά τρόπο που το σύστημα στο σύνολό του βρίσκεται σε κατάσταση ισορροπίας, χωρίς δηλαδή ένα από τα στοιχεία του να απορρυθμίζεται ή να αναπτύσσεται σε βάρος των άλλων (Κομίλης, 2001: 31).

3.1.2 Περιγραφή και ανάλυση του τουριστικού συστήματος

Ο τουρισμός είναι πολυσύνθετο φαινόμενο με πολλές διαστάσεις, που ανάλογα με το χώρο στον οποίο αναπτύσσονται, κατατάσσονται σε οικονομικές, κοινωνικές, ψυχολογικές, πολιτικές, οικολογικές, νομοθετι-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1

Η δομή του τουριστικού συστήματος



Πηγή: Kaspar, 1975: 11.

κές και τεχνολογικές. Η συσχέτιση αυτών των διαστάσεων παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 3.1.

Το σύστημα «τουρισμός» αποτελείται από τα υποσυστήματα «τουρι-

στικό υποκείμενο» (εκφράζει τον πελάτη που ζητά τουριστικές παροχές) και «τουριστικό αντικείμενο». Το «τουριστικό αντικείμενο» περαιτέρω διαιρείται στα εξής επιμέρους υποσυστήματα: «τουριστική περιοχή», «τουριστική επιχείρηση» και «τουριστική οργάνωση». Τα δύο υποσυστήματα, «τουριστικό υποκείμενο» και «τουριστικό αντικείμενο», βρίσκονται σε συνεχή αλληλεξάρτηση.

Ουσιαστικής σημασίας είναι το γεγονός ότι το σύστημα «τουρισμός» διακρίνεται για την αλληλεξάρτησή του από διάφορα άλλα υπερκείμενα συστήματα (περιβάλλον), από τα οποία τα σπουδαιότερα είναι: το *Οικονομικό, Οικολογικό, Τεχνολογικό και Πολιτικό περιβάλλον*.

Το σύστημα «τουρισμός» επηρεάζεται από τα στοιχεία των υποσυστημάτων του, ενώ ταυτόχρονα υπάρχει «αλληλεπίδραση» και «σύζευξη αντιδράσεων» με τα υπερκείμενα συστήματα. Αυτό σημαίνει ότι η εξέταση του τουριστικού φαινομένου προϋποθέτει την εξειδικευμένη χρησιμοποίηση οικονομικοεπιστημονικών μεθόδων, τα οποία επιτρέπουν την ολοκληρωμένη θεώρησή του για την ουσιαστική εκτίμηση των επιδράσεών του στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Η τουριστική δραστηριότητα διακρίνεται σε διάφορα τμήματα (υποσυστήματα), τα οποία βρίσκονται σε στενή αλληλεξάρτηση μεταξύ τους και συνιστούν ένα οργανωμένο σύνολο.

Συνεπώς, η μελέτη και η ερμηνεία μιας γενικής θεώρησης της τουριστικής ζήτησης απαιτεί τη διεπιστημονική συνέργεια διαφόρων κλάδων γνώσης, που αντιμετωπίζουν την πολυπλοκότητα του τουριστικού φαινομένου.

Επειδή ο τουρισμός, από τη «φύση» του, έχει πολυδιάστατο (multi-disciplinary) χαρακτήρα, ο προσδιορισμός και η εκτίμηση της τουριστικής ζήτησης απαιτεί τη στήριξή της σε συστημική ανάλυση.

Αυτό είναι αναγκαίο γιατί η τουριστική δραστηριότητα δεν αποτελεί ένα αυτόνομο κλειστό σύστημα. Επηρεάζεται από το περιβάλλον στο οποίο εντάσσεται και, αντίστροφα, οι όποιες επιπτώσεις από τη λειτουργία της διαχέονται και επηρεάζουν αυτό το περιβάλλον. Αποτελεί δηλ. ένα ανοιχτό σύστημα «πομπού και δέκτη» ενός πλήθους επιδράσεων προς και από άλλα συστήματα.

Οι κυριότερες **απόψεις** που έχουν καταγραφεί σχετικά με το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουριστικού συστήματος, έχουν ως ακολούθως:

Σύμφωνα με τους Mill και Morrison (1992), το «τουριστικό σύστημα» τμηματοποιείται σε τέσσερα τμήματα:

1. Την τουριστική αγορά (market) – (τουρίστες).
2. Το τουριστικό ταξίδι (travel) – (μεταφορά).
3. Τον τουριστικό προορισμό (destination) – (θεάματα, υπηρεσίες).

4. Το τουριστικό μάρκετινγκ (marketing) – (πληροφορίες και διαφήμιση).

Το καθένα από τα παραπάνω τμήματα συνδέεται με μια κατάσταση διαδοχής.

Αναλυτικότερα:

Το *πρώτο τμήμα* του τουριστικού συστήματος είναι η τουριστική αγορά, η οποία εξετάζει την υπάρχουσα και πιθανή ζήτηση για το τουριστικό προϊόν που βασίζεται σε συγκεκριμένο ταξιδιωτικό κίνητρο ή σκοπό. Στη διαδικασία λήψης της απόφασης, ο ταξιδιώτης-τουρίστας προσπαθεί, με στοιχεία που θα συλλέξει, να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις του μέσα στο πλαίσιο των ατομικών του δυνατοτήτων. Η προσέγγιση της ατομικής και αγοραίας καταναλωτικής συμπεριφοράς (μικροοικονομική και μακροοικονομική θεωρία κατανάλωσης) και οι διάφορες υποθέσεις για τη σχέση εισοδήματος και κατανάλωσης, εξηγούν την τουριστική ζήτηση. Αλλαγές σε οποιοδήποτε άλλο τμήμα του τουριστικού συστήματος, επηρεάζουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά των ατόμων και των νοικοκυριών.

Το *δεύτερο τμήμα* του τουριστικού συστήματος περιγράφει και αναλύει τις επιλογές των ταξιδιωτών που έχουν σχέση με το πού, πότε και πώς θα ταξιδεύσουν. Η εξέταση των τουριστικών ροών (διεθνών και εγχωρίων), είναι το πρώτο βήμα για την αποτύπωση της υπάρχουσας κατάστασης (χωρική ανάλυση τουριστικού φαινομένου), η οποία θα βοηθήσει στην πρόβλεψη των μελλοντικών τουριστικών ροών.

Το *τρίτο τμήμα* του τουριστικού συστήματος είναι ο τουριστικός προορισμός (περιοχή ενδιαφέροντος), που αποτελεί την επιλογή του τουρίστα, και είναι μέρος του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Ο τουριστικός προορισμός έχει ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που επιδρούν στην τουριστική χωρητικότητα αυτού, στην τουριστική ζήτηση και στις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον της περιοχής.

Το *τέταρτο τμήμα* του τουριστικού συστήματος είναι το τουριστικό μάρκετινγκ (tourism marketing), που είναι το σύνολο των συστηματικών και συντονισμένων ενεργειών, οι οποίες απορρέουν από την εκτέλεση ενός προγράμματος επιχειρησιακής πολιτικής και στοχεύουν στην επίτευξη της μεγιστοποίησης της ικανοποίησης των αναγκών διαφόρων προσδιορισμένων ομάδων καταναλωτών κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να επέρχεται οικονομικό (επιχειρηματικό) και κοινωνικό όφελος στον τουριστικό προορισμό.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1994: 5-6) παρουσιάζει το «τουριστικό σύστημα» ως συνάρτηση των επιμέρους στοιχείων που

συνθέτουν την τουριστική ζήτηση και προσφορά. Η γνώση των επιμέρους αυτών στοιχείων είναι καθοριστική για τον προγραμματισμό της ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης. Το τουριστικό αυτό σύστημα απεικονίζεται στον Πίνακα 3.1.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1

Παράγοντες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Διεθνείς τουριστικές αγορές. • Τοπικές τουριστικές αγορές. • Χρήση τουριστικών αξιοθέατων, εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αξιοθέατα και δραστηριότητες. • Τουριστική υποδομή και ανωδομή. • Άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες. • Μεταφορικά μέσα. • Άλλη υλικοτεχνική υποδομή. • Θεσμικοί παράγοντες.

Πηγή: WTO, 1994: 5.

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτουν τα ακόλουθα:

Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι οι διεθνείς και τοπικές τουριστικές αγορές, καθώς και η χρήση των τουριστικών αξιοθέατων, εγκαταστάσεων και υπηρεσιών.

Οι παράγοντες της προσφοράς είναι τα τουριστικά αξιοθέατα και οι δραστηριότητες, η ξενοδοχειακή υποδομή, οι άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες, οι μεταφορές, η υλικοτεχνική υποδομή και οι θεσμικοί παράγοντες. Ειδικότερα, τα τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν φυσικά, πολιτιστικά στοιχεία, θεματικά πάρκα, ζωολογικούς κήπους, βοτανικούς κήπους, ενυδρεία, καθώς και όλες τις σχετικές δραστηριότητες που συνδέονται με αυτά. Ο παράγοντας της τουριστικής ανωδομής περιλαμβάνει ξενοδοχεία, μοτέλ, ξενώνες, καθώς και άλλα μέσα τουριστικής διαμονής που μπορεί να διανυκτερεύσει ο τουρίστας. Η κατηγορία των άλλων τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών περιλαμβάνει τουριστικούς και ταξιδιωτικούς οργανισμούς, εστιατόρια, εμπορικά καταστήματα, τράπεζες, ανταλλακτήρια συναλλάγματος, ιατρικές και ταχυδρομικές υπηρεσίες. Για να γίνει δυνατή η χρησιμοποίηση αυτών των παραγόντων, απαιτείται η ύπαρξη ανάλογης γενικής

υποδομής (π.χ. το μεταφορικό σύστημα, τα δίκτυα ύδρευσης, ηλεκτρικού ρεύματος, αποχέτευσης, τηλεπικοινωνιών) και ειδικής τουριστικής υποδομής (π.χ. μαρίνες, μουσεία).

Επιπλέον, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), η αποτελεσματική ανάπτυξη, λειτουργία και διαχείριση του τουρισμού απαιτεί και κάποια συγκεκριμένα θεσμικά στοιχεία, τα οποία περιλαμβάνουν:

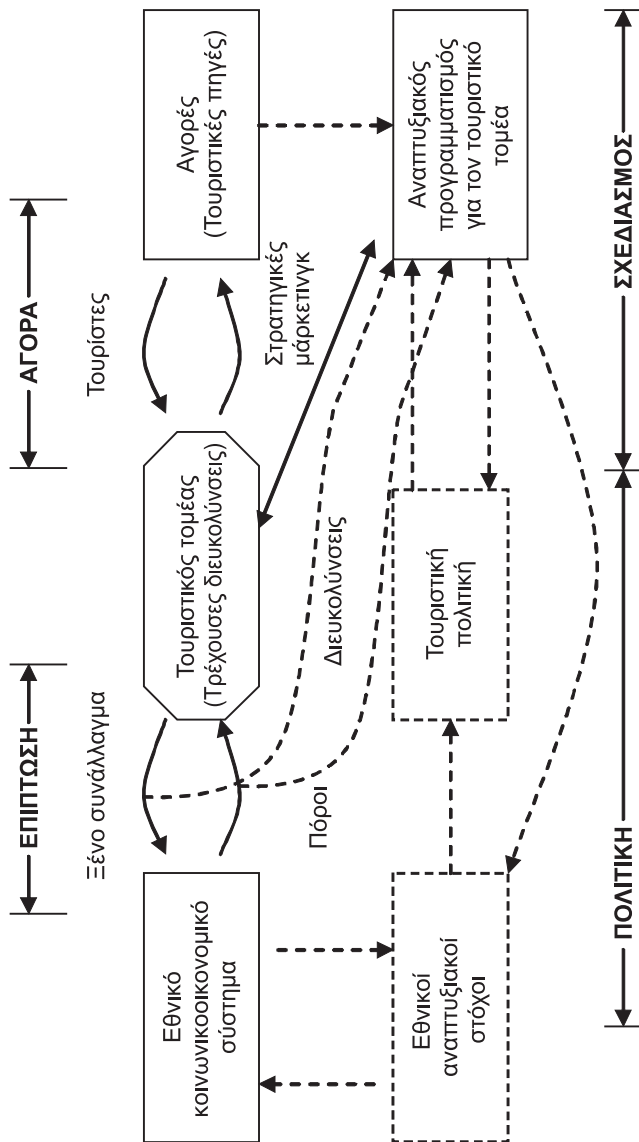
- Την οργανωτική υποδομή, όπως κτίρια, ειδικά κρατικά γραφεία τουρισμού και οργανισμούς τουριστικών ταξιδιών.
- Το νομικό πλαίσιο και τους κανόνες σχετικά με τον τουρισμό, όπως πρότυπα και απαιτήσεις για την έκδοση αδειών σε ξενοδοχεία και τουριστικά γραφεία.
- Τα εκπαιδευτικά και επιμορφωτικά προγράμματα και τις ειδικές σχολές για την εκπαίδευση και προετοιμασία των ατόμων που θα εργαστούν στην τουριστική βιομηχανία.
- Τη διαθεσιμότητα χρηματικού κεφαλαίου που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη των τουριστικών αξιοθέατων, των εγκαταστάσεων, των υπηρεσιών και της υποδομής, καθώς και την ύπαρξη μηχανισμών που θα επιτρέψουν την προσέλκυση κεφαλαιουχικών επενδύσεων.
- Τις στρατηγικές διαχείρισης και τα προγράμματα προώθησης για την πληροφόρηση τουριστών σχετικά με τη χώρα ή περιοχή επίσκεψής τους και την παρακίνησή τους. Ακόμα, περιλαμβάνουν πληροφορίες για τις εγκαταστάσεις που υπάρχουν στον τόπο του τουριστικού προορισμού, καθώς και για τις εκεί προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες.
- Τη διευκόλυνση των μετακινούμενων ταξιδιωτών, όπως τα τελωνεία και τις άλλες εγκαταστάσεις που υπάρχουν στα σημεία εισόδου-εξόδου των τουριστών.

Ο Edgell (1990: 104), στο Διάγραμμα 3.2, παρουσιάζει τον εννοιολογικό τρόπο με τον οποίο μπορεί κανείς να δει τον τουρισμό ως ένα σύστημα. Ο Edgell παρουσιάζει τις διασυνδέσεις μεταξύ προγραμματισμού, εθνικών αντικειμενικών σκοπών και πολιτικών σε σχέση με τα κοινωνικοοικονομικά συστήματα και τις αγορές.

Ο Gunn (1988: 68), στο Διάγραμμα 3.3, περιγράφει τον τουρισμό ως «λειτουργικό σύστημα» και επισημαίνει τη σημαντικότητα της σχέσης που υπάρχει μεταξύ προσφοράς και ζήτησης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2

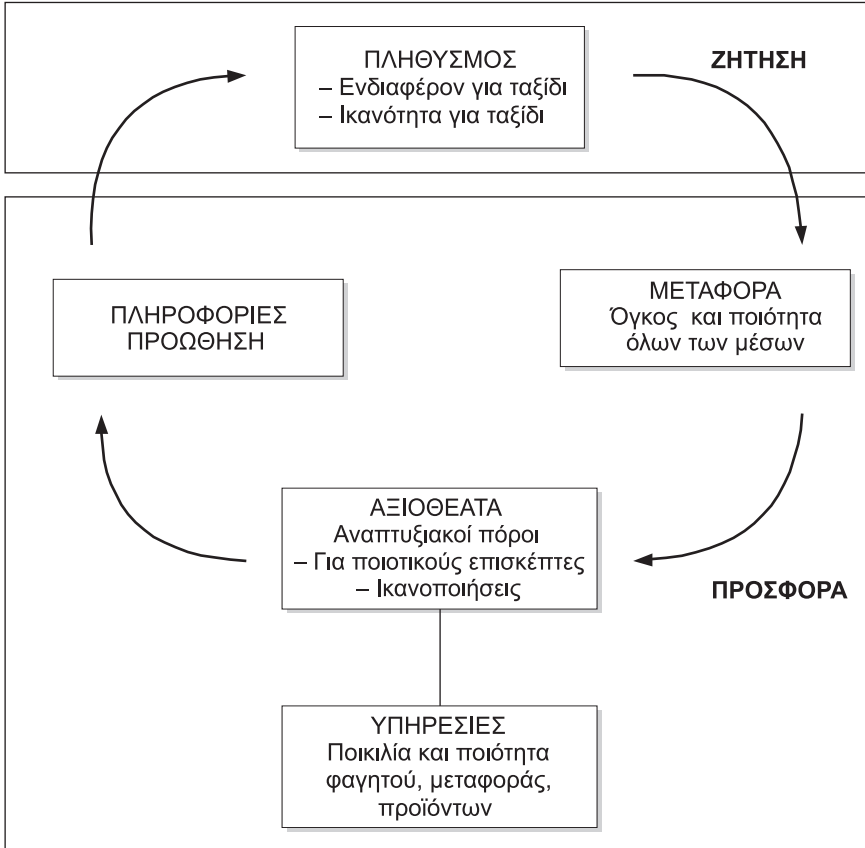
Εννοιολογική παρουσίαση του τουριστικού συστήματος κατά τον Edgell



Πηγή: Edgell (1990: 104).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3

Η λειτουργία του τουριστικού συστήματος κατά τον Gunn



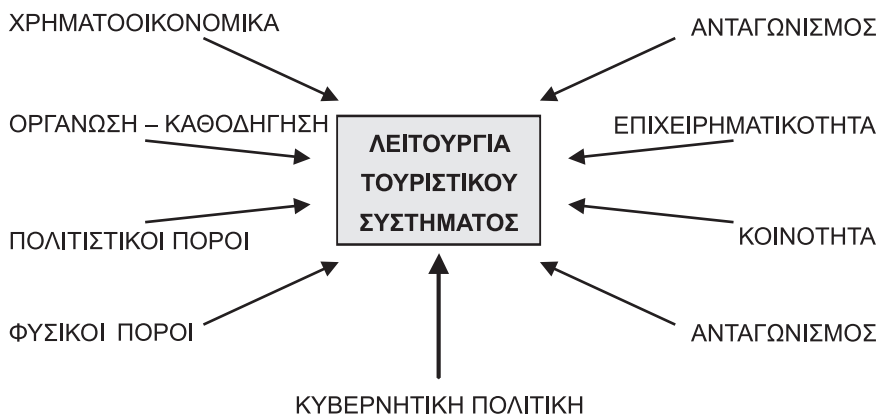
Πηγή: Gunn (1988: 68).

Ο Gunn (1994: 39-55) περιγράφει το τουριστικό σύστημα με όρους προσφοράς και ζήτησης, και διακρίνει τον πληθυσμό ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του και την ικανότητά του να ταξιδεύει· αυτό εκφράζει τη ζήτηση. Η πλευρά της τουριστικής προσφοράς αποτελείται από τα διαφορετικά μέσα της μεταφοράς, τα θεάματα, τις ευκολίες και τις υπηρεσίες που παρέχονται στους τουρίστες. Επίσης, διακρίνουν τους παράγοντες που επιδρούν στη λειτουργία του τουριστικού συστήματος σε φυσικούς, πολιτισμικούς, οικονομικούς, εργασιακούς, ανταγωνιστικούς, κοινωνικούς και πολιτικούς.

Ο Gunn (1994: 44), στο Διάγραμμα 3.4, επεκτείνει το γνωστό μοντέλο,

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4

Οι επιδράσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος στη λειτουργία του τουριστικού συστήματος κατά τον Gunn



Πηγή: Gunn (1994: 44).

περιγράφοντας τις επιδράσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος πάνω στο τουριστικό σύστημα.

Η Roop (1993: 207), περιγράφοντας το τουριστικό σύστημα (Διάγραμμα 3.5), δίνει περισσότερη έμφαση στη βιομηχανική πλευρά της τουριστικής δραστηριότητας.

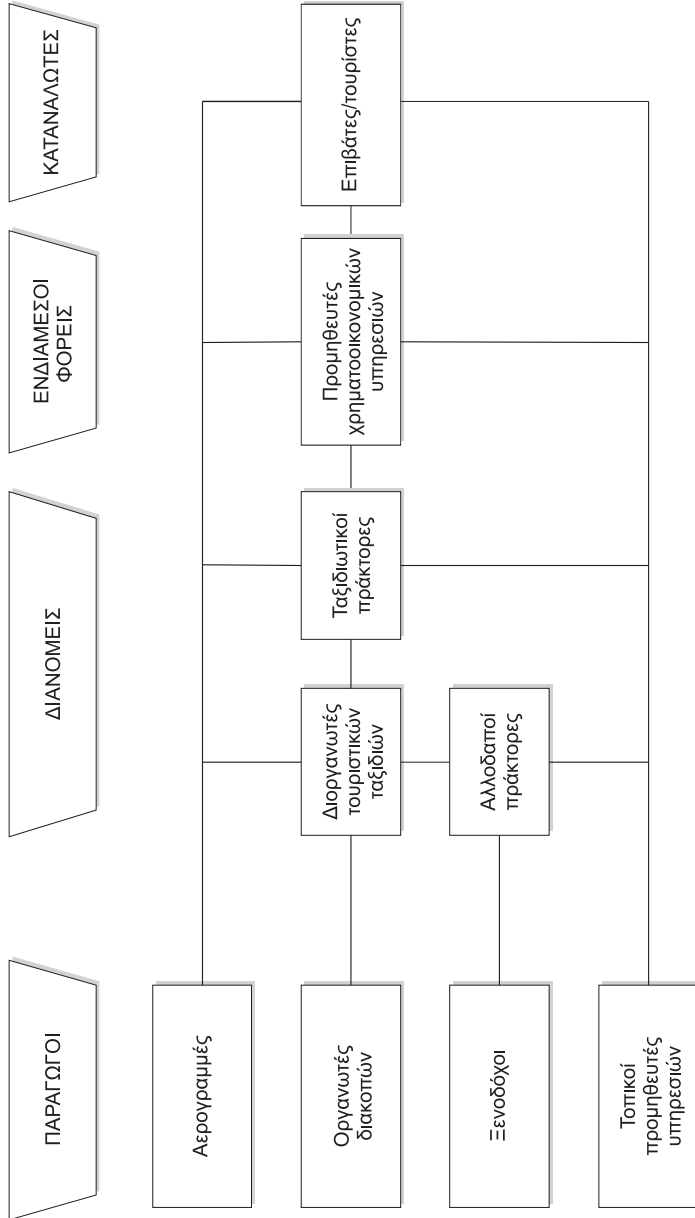
Στο υπόδειγμά της, η Roop (1993: 174), προσδιορίζει τέσσερα χαρακτηριστικά στοιχεία του Συστήματος Παραγωγής Τουρισμού (Διάγραμμα 3.6) που είναι τα εξής: παραγωγοί, διανομείς, διευκολυντές και καταναλωτές.

Τέλος, οι Cooper κ.ά. (1993: Πρόλογος), αναφέρουν ότι το τουριστικό σύστημα έχει τέσσερα στοιχεία: τη ζήτηση, τους προορισμούς, τους βιομηχανικούς και κυβερνητικούς οργανισμούς και το μάρκετινγκ.

Από την παραπάνω σύντομη αναφορά στο τουριστικό σύστημα γίνεται φανερό ότι η εφαρμογή της συστημικής μεθοδολογίας είναι αναγκαία προϋπόθεση για τον προσδιορισμό των επιμέρους στοιχείων και χαρακτηριστικών της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς. Αυτό επιβάλλεται λόγω της πολυσυνθετότητας, πολυπλοκότητας και της ειδικής φύσης του τουρισμού ως συστήματος που δεν επιτρέπει την κατασκευή ενός αναλυτικού μαθηματικού μοντέλου, το οποίο να απεικονίζει την υπάρχουσα κοινωνικοοικονομική τουριστική πραγματικότητα κατά τρόπο απλό και κατανοητό.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5

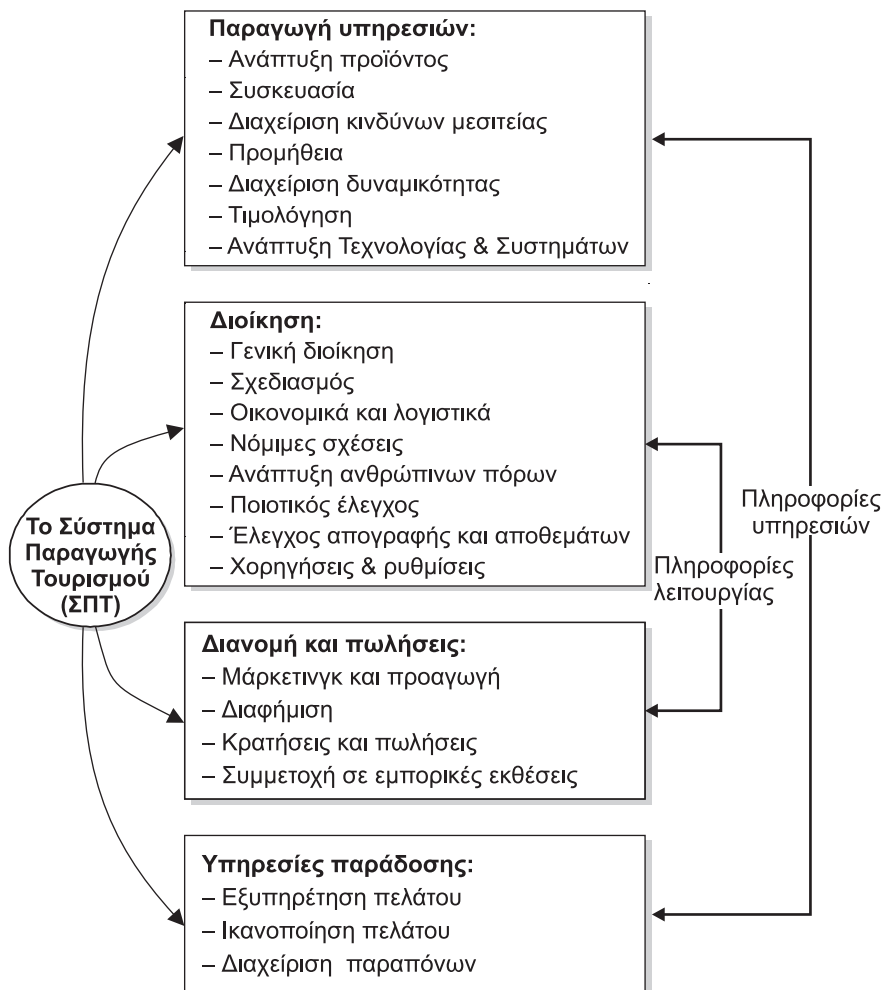
Εννοιολογική παρουσίαση του τουριστικού συστήματος κατά την Ροοπ



Πηγή: Ροοπ (1993: 207).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6

Το Σύστημα Παραγωγής Τουρισμού κατά την Poon



Πηγή: Poon (1993: 174).

3.2 Ο τουρισμός ως οικονομική έννοια

Ο τουρισμός ως οικονομική έννοια παρουσιάζει δυσκολίες στον εννοιολογικό της προσδιορισμό. Αυτό οφείλεται στην πολυσυνθετότητα του τουριστικού προϊόντος που οδηγεί στην ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης.

Περαιτέρω, η τουριστική ζήτηση οδηγεί στη συνολική κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. μεταφορά, κατάλυμα, τροφή, δημόσιες υπηρεσίες), που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν. Η ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης συνοδεύεται και από την ετερογένεια της τουριστικής προσφοράς, δεδομένου ότι διαφορετικοί κλάδοι ή τομείς της οικονομίας συμβάλλουν στη διαμόρφωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος στην αγορά.

Η ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς καθιστά, ακόμα και σε εννοιολογικό επίπεδο, δύσκολο τον καθορισμό του τουρισμού ως ένα συγκεκριμένο τομέα ή κλάδο της οικονομίας. Ο όρος «τουριστικός τομέας» αναφέρεται σ' ένα σύμπλεγμα βιομηχανικών και εμπορικών δραστηριοτήτων που εξυπηρετούν την τουριστική ζήτηση. Ο «τουριστικός κλάδος» περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες αμέσως συνδεδεμένα με τους επισκέπτες-τουρίστες. Τέτοιες δραστηριότητες είναι τα ξενοδοχεία, τα γραφεία ταξιδίων πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, τα κέντρα πληροφόρησης των τουριστών, οι κλάδοι παραγωγής αναμνηστικών ειδών κ.λπ. Συνεπώς, ο τουρισμός δεν προσιδιάζει στην καθιερωμένη τυπική έννοια του «κλάδου». Επίσης, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως μια ανεξάρτητη οικονομική δραστηριότητα, όπως είναι η γεωργία ή η βιομηχανία, οι οποίες παράγουν προϊόντα που έχουν υψηλό βαθμό ομοιογένειας και επιτρέπουν την ομαδοποίηση τύπων προϊόντων τους, σε σχέση με τους αντίστοιχα ομαδοποιημένους κλάδους παραγωγής. Στον τουρισμό, το χαρακτηριστικό γνώρισμα δεν είναι τα παραγόμενα και προσφερόμενα προϊόντα ή οι παρεχόμενες υπηρεσίες, αλλά ο αγοραστής, δηλ. ο τουρίστας (ημεδαπός ή αλλοδαπός) που τα καταναλώνει.

Η έννοια της τουριστικής οικονομικής είναι πολύ ευρύτερη έννοια, στην οποία υπάγονται τόσο τα αγαθά και οι υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρίστα, όσο και οι παραγωγικές δραστηριότητες που εξαρτώνται σε υψηλό βαθμό από την τουριστική δαπάνη (εστιατόρια, μπαρ, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών κ.ο.κ.).

Η αδυναμία, λοιπόν, προσδιορισμού του τουρισμού ως οικονομικής έννοιας, έχει ως συνέπεια την αδυναμία της στατιστικής ένταξής του στο παραδοσιακό σύστημα κατάταξης των κλάδων της οικονομικής δραστηριότητας, είτε στη διεθνή ταξινόμηση των δραστηριοτήτων, είτε στα συστήματα των εθνικών λογαριασμών των διαφόρων χωρών.

Η συμπλήρωση του σχετικού στατιστικού κενού, καθ' υπόδειξη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO) και των Διεθνών Οργανισμών (π.χ. OECD, WTTC), έχει επιχειρηθεί να καλυφθεί με τη βοήθεια ειδικών λογαριασμών, των δορυφορικών λογαριασμών (satellite accounts) για τον τουρισμό, που λειτουργούν παράλληλα προς τους εθνι-

κούς λογαριασμούς, και μέσω αυτών επιδιώκεται η δημιουργία ενός εμπειρικο-στατιστικού πλαισίου κατά λειτουργία, για τη μελέτη του τουρισμού και των επιπτώσεών του στην οικονομία (OECD, 1996, WTO, 1999, 2001).

3.3 Ο τουρισμός ως ιδιαίτερη μορφή της ζήτησης

Ο τουρισμός, ως οικονομική δραστηριότητα, εκφράζει μια ιδιαίτερη μορφή της οικονομικής ζήτησης, η οποία έχει δύο χαρακτηριστικές ιδιομορφίες:

Η πρώτη ιδιομορφία σχετίζεται με τη **συμπληρωματική φύση** των τουριστικών προϊόντων, η οποία κατά κάποιο τρόπο προσδίδει στον τουρισμό τη μορφή της **συμπληρωματικής ζήτησης**. Ο τουρισμός συνεπάγεται τη ζήτηση ενός ιδιαίτερου πακέτου αγαθών και υπηρεσιών. Το πακέτο αυτό απαρτίζει το τουριστικό προϊόν, το οποίο είναι ένα σύνθετο προϊόν που αποτελείται από φυσικά στοιχεία, εγκαταστάσεις, υπηρεσίες κ.λπ., και αφηρημένα στοιχεία δημιουργίας κατάλληλης ατμόσφαιρας ή περιβάλλοντος που συμμετέχουν στην ικανοποίηση του τουρίστα-καταναλωτή. Το τουριστικό προϊόν είναι ένας συνδυασμός διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται ή προσφέρονται από διαφορετικούς παραγωγούς.

Η δεύτερη ιδιομορφία σχετίζεται με τη **διάθροση του τουριστικού προϊόντος**, το οποίο συντίθεται από ένα σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται μεμονωμένα ή με τη **μορφή πακέτου**. Στη διάθροση του τουριστικού προϊόντος, τον σημαντικότερο ρόλο παίζουν οι τουριστικές υπηρεσίες της διαμονής (κατάλυμα), διατροφής και μετακίνησης. Οι υπηρεσίες αυτές αποτελούν τις βασικές καταναλωτικές κατηγορίες για την εξυπηρέτηση του τουρίστα-καταναλωτή και απορροφούν το υψηλότερο ποσοστό της τουριστικής δαπάνης.

Κατά συνέπεια, ο τουρισμός είναι μορφή συμπληρωματικής ζήτησης, και τα επιμέρους τουριστικά αγαθά ή οι υπηρεσίες που τον συγκροτούν, συνδέονται μεταξύ τους συμπληρωματικά και διαμορφώνουν ιδιαίτερη κατανάλωση στην οικονομία. Η τουριστική κατανάλωση εκφράζεται με δαπάνες που μπορούν να υποδιαιρεθούν όχι μόνο σε δαπάνες για αγαθά και υπηρεσίες, αλλά και με βάση τα παραγωγικά τους κριτήρια.

Τέλος, επισημαίνεται ότι η τουριστική ζήτηση διαφέρει από τη ζήτηση των άλλων αγαθών και υπηρεσιών, για τους παρακάτω λόγους (Λογοθέτης, 1971: 106, Πετράας, 1989: 49-54, Λαγός, 1989: 144-147, Swarbrooke και Horner, 1999: 69-70):

- Η «ιδιότυπη φύση» του τουριστικού προϊόντος, τόσο από την άποψη της σύνθεσης, γιατί περιλαμβάνει ολόκληρο φάσμα ετερογενών αγαθών και υπηρεσιών, όπως ταξίδι, τοποθεσία, διαμονή, ψυχαγωγία, όσο και από άποψη χρησιμότητας.
- Η ταύτιση του τόπου «παραγωγής» με τον τόπο «κατανάλωσης».
- Η «αμεταθετότητα» του τουριστικού προϊόντος, το οποίο χρησιμοποιείται και καταναλίσκεται κυρίως στον τόπο της παραγωγής του από εκείνους που έχουν την ανάγκη του, αντί να μεταφέρεται στους καταναλωτές.
- Ο έντονος ανταγωνισμός.
- Τα υπάρχοντα δίκτυα διακίνησης και διανομής.
- Η συμπληρωματική φύση του τουριστικού προϊόντος.
- Η επίδραση ανεξαρτήτων εξωτερικών παραγόντων.
- Η άυλη φύση των τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. υπηρεσίες, ψυχολογικά στοιχεία).
- Το αδιαίρετο (inseparability) των τουριστικών υπηρεσιών.
- Η έλλειψη ιδιοκτησίας.

3.4 Ο τουρισμός ως ιδιαίτερη μορφή της προσφοράς

Ο συμπληρωματικός χαρακτήρας του τουρισμού επηρεάζει μια ευρεία έκταση οικονομικών δραστηριοτήτων, αφού πολλοί κλάδοι της οικονομικής δραστηριότητας παράγουν προϊόντα και προσφέρουν υπηρεσίες για να καλύψουν την τουριστική ζήτηση. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει ετερογένεια και πολυσυνθετότητα και στην τουριστική προσφορά, όπου διαφορετικοί κλάδοι της οικονομίας συμβάλλουν στη διαμόρφωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος στην αγορά. Από την άποψη αυτή, ο τουρισμός θεωρείται ότι είναι ιδιαίτερη μορφή της προσφοράς. Η ιδιαιτερότητά του έγκειται στο γεγονός ότι, με οικονομικά κριτήρια, το τουριστικό προϊόν δεν αποθηκεύεται, ούτε μεταφέρεται. Αυτό σημαίνει ότι παραγωγή, πώληση και κατανάλωση ταυτίζονται.

Συνεπώς, η ετερογένεια και πολυσυνθετότητα της τουριστικής βιομηχανίας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός δεν μπορεί να αποτελέσει αυτοτελή παραγωγικό τομέα ή κλάδο στην οικονομική δραστηριότητα. Επίσης, κανένας οικονομικός τομέας ή κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας δεν παράγει αποκλειστικά για τον τουρισμό.

3.5 Ο τουρισμός ως ιδιωτική κατανάλωση

Με βάση τις πηγές προέλευσης της τουριστικής ζήτησης, διακρίνουμε τον τουρισμό ως ακολούθως:

- *Τουρισμό ως ιδιωτική κατανάλωση* (τουριστική ζήτηση από τα νοικοκυριά).
- *Τουρισμό ως δημόσια κατανάλωση* (τουριστική ζήτηση από το Δημόσιο).
- *Τουρισμό ως τμήμα της παραγωγής* (τουριστική ζήτηση από τις επιχειρήσεις).

Οι παραπάνω δύο πρώτες μορφές του τουρισμού είναι τμήμα της τελικής ζήτησης, ενώ η τρίτη μορφή αποτελεί ενδιάμεση εισροή στην παραγωγική δραστηριότητα.

Αξιοσημείωτο είναι ότι το μεγαλύτερο μέγεθος του τουρισμού οφείλεται στην οικονομική δραστηριότητα των νοικοκυριών. Γι' αυτό και τα τελευταία χρόνια, η τουριστική έρευνα αντιμετωπίζει τον τουρισμό, σε θεωρητικό επίπεδο, **ως μια ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση** (Antunac, 1975, Car κ.ά., 1976, Varley, 1978: 42-64, Richter, 1981: 30-31, Zacharatos, 1984, Ζαχαράτος, 1986 και Λαγός, 1996).

Στο πλαίσιο αυτής της θεωρητικής πρότασης και της εμπειρικής της εφαρμογής, ο τουρισμός θεωρείται ότι είναι μια ιδιαίτερη αναλυτική κατηγορία του οικονομικού κυκλώματος, γεγονός που επιτρέπει τη διαμόρφωση της αναγκαίας διασύνδεσης του τουρισμού με την παραγωγική διάρθρωση της οικονομίας, όπως αυτή παρουσιάζεται στους Εθνικούς λογαριασμούς και στους Πίνακες Εισροών – Εκροών (Schulmeister, 1974 και 1978, Ζαχαράτος, 1986), και μέσω αυτών να συνδεθεί περαιτέρω με τους Δορυφορικούς Λογαριασμούς Τουρισμού (WTO, 2001: 139-153).

3.6 Ο τουρισμός ως τμήμα του διεθνούς εμπορίου

Ο τουρισμός, ως οικονομικό φαινόμενο στο πλαίσιο μιας ευρύτερης έννοιας, θεωρείται ότι είναι τμήμα των εισαγωγών και εξαγωγών ή τμήμα του εμπορίου, γι' αυτό και σχετίζεται με το διεθνές εμπόριο.

Οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών προορίζονται και για τουριστική χρήση, ενώ οι εξαγωγές είναι οι δαπάνες των διεθνών επισκεπτών/τουριστών, καθώς και τα αγαθά που εξάγονται για τουριστική χρήση στο εξωτερικό.