

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΟ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

- 1.1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού με τη σύγχρονή του μορφή
- 1.2. Μία σύντομη αναδρομή στην εξέλιξη του τουρισμού και τη δυναμική της ανάπτυξής του
- 1.3. Η συνειδητοποίηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού εκ μέρους των κρατών
- 1.4. Τα κυριότερα οικονομικά χαρακτηριστικά του τουρισμού
- 1.5. Οι κυριότεροι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού
- 1.6. Η αντιμετώπιση ανεπιθύμητων επιδράσεων από την ανάπτυξη του τουρισμού
- 1.7. Η διερεύνηση του τουρισμού από οικονομικής άποψης
- 1.8. Η αξιολόγηση της θέσης του τουρισμού στον οικονομικό μηχανισμό μίας χώρας
- 1.9. Ο τουρισμός αναμφισβήτητα η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο με προοπτική
- 1.10. Οι μελλοντικές εξελίξεις στον τουρισμό

1.1. Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού με τη σύγχρονή του μορφή

Αν και ο τουρισμός, ως όρος, εμφανίζεται για πρώτη φορά το 1811 (Holloway 1989: 22, Βαρβαρέσος 1998: 18) για να υποδηλώσει την πραγματοποίηση ταξιδιού για ευχαρίστηση και αναψυχή, ως έννοια με τη σύγχρονή του μορφή κάθε άλλο παρά εύκολα μπορεί να οριστεί με ακρίβεια (Holloway 1989: 11) και τούτο βασικά γιατί εμφανίζεται με διάφορες μορφές. Αυτό, όμως, δεν εμπόδισε την επιστημονική κοινότητα να προσπαθήσει να ορίσει τον τουρισμό όσο το δυνατό ακριβέστερα γίνεται. Μεταξύ των πρώτων συγκαταλεγόντων και οι Hunziker και Krapf (1942) του Πανεπιστημίου της Βέρνης ο ορισμός των οποίων για τον τουρισμό υιοθετήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομόνων Τουρισμού (Association Internationale d' Experts Scientifiques du Tourism - A.I.E.S.T.). Κατά την άποψή τους, ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή των μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα (Holloway 1989: 9, Burkart and Medlik 1989: 41). Αν και δεν μπορεί να θεωρηθεί ολοκληρωμένος ο ορισμός των Hunziker και Krapf, αποτελεί, χωρίς άλλο, σημαντική βοήθεια στο να διακρίνει κανείς τον τουρισμό από την αποδημία. Επιπλέον, κάνει την υπόθεση ότι ο τουρισμός πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει ένα ταξίδι και διαμονή σε έναν προορισμό, αποκλείοντας με αυτόν τον τρόπο παντελώς τις ημερήσιες εκδρομές εντός ή εκτός της επικράτειας μίας χώρας. Δεν φαίνεται, όμως, ο ορισμός των Hunziker και Krapf να περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια, που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με κάποιας μορφής κερδοσκοπική δραστηριότητα, ακόμα και σε περίπτωση που το εισόδημα από μία εμπορική συναλλαγή δεν κερδίζεται στον τουριστικό προορισμό που πραγματοποιήθηκε. Βέβαια θα πρέπει, στο σημείο αυτό, να γίνει

σαφές ότι η δυνατότητα να διακρίνει κανείς ένα ταξίδι, που πραγματοποιείται για καθαρά τουριστικούς λόγους, από ένα άλλο, που πραγματοποιείται για επαγγελματικούς λόγους, κάθε άλλο παρά εύκολο είναι, κυρίως, όμως, γιατί πολλά ταξίδια αποτελούν συνδυασμό και των δύο. Με άλλο λόγια, η διαχωριστική γραμμή μεταξύ τουριστικού και επαγγελματικού ταξιδιού δεν μπορεί εύκολα να διακριθεί, για τους λόγους που αναφέρονται πιο πάνω. Βαθμιαία, όμως, η βασική έννοια του τουρισμού, όπως αυτή ορίστηκε από τους Hunziker και Krapf, διευρύνθηκε αισθητά έτσι ώστε να περιλαμβάνει σήμερα εκτός των ημερήσιων εκδρομών και διάφορες μορφές επαγγελματικών ταξιδιών, με τον περιορισμό ότι αυτά δεν οδηγούν ούτε σε μόνιμη διαμονή των επισκεπτών – τουριστών και εκδρομέων – αλλά ούτε και σε αμειβόμενη εργασία ή παροχή υπηρεσιών εκ μέρους τους στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται και διαμένουν προσωρινά.

Όλες, χωρίς εξαίρεση, οι μορφές τουρισμού αποτελούν οικονομικές δραστηριότητες, η ανάπτυξη των οποίων προϋποθέτει την ύπαρξη ορισμένων παραγόντων, μεταξύ των οποίων δε χρηματικών πόρων και ελεύθερου χρόνου. Χωρίς αυτούς τους παράγοντες και ορισμένους άλλους στους οποίους γίνεται εκτενέστερη αναφορά πιο κάτω, τουρισμός δεν μπορεί να υπάρξει. Οι άνθρωποι, όπως είναι γνωστό, κάνουν τουρισμό για να ξεκουραστούν, να ψυχαγωγηθούν, να διασκεδάσουν και γενικά να ξεφύγουν, έστω και προσωρινά, από τις σκοτούρες που δημιουργεί η ρουτίνα της βιοπάλης και τα προβλήματα της ζωής. Αυτό, όμως, σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να περιορίσει το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού σε στενά πλαίσια, όπως πιο πάνω, αλλά επιβάλλεται τα βασικά χαρακτηριστικά του να μπορούν να ερμηνευτούν με τέτοιο τρόπο, ώστε να διευρύνεται σημαντικά τόσο αυτό όσο και το αντικείμενό του. Θα πρέπει, όμως, στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι αν δεν ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες, που συγκροτούν την τουριστική βιομηχανία και επηρεάζονται από αυτήν, οποιαδήποτε προσπάθεια να οριστεί με ακρίβεια το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού, είναι προκαταβολικά καταδικασμένη να αποτύχει.

Ο τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικών προορισμών και των διοικήσεών τους στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών και εκδρομέων, πλην όμως ο ορι-

σμός αυτός και πάλι είναι πολύ γενικός. Μία προσεκτική εξέταση του τουρισμού επιτρέπει να διαπιστωθεί ότι αυτός αποτελεί ένα σύνθετο πλαίσιο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει τουριστικές εμπειρίες σε τουρίστες και εκδρομείς που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, που όμως δεν είναι αποκλειστικά ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κ.λπ., όπως ενδεχόμενα εσφαλμένα πιστεύεται από ορισμένους. Αυτό απλά σημαίνει ότι ο τουρισμός δεν περιλαμβάνει μόνο τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, αλλά και εκείνους που σε καμία περίπτωση δεν θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως τέτοιοι, πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι απαραίτητα στους τουρίστες είτε κατά τη διάρκεια της τουριστικής τους μετακίνησης είτε κατά την πρόσκαιρη διαμονή τους σε έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορισμούς της επιλογής τους.

Επίσης, θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί το σύνολο των τουριστικών δαπανών, που πραγματοποιούνται εντός των ορίων των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι εξαιτίας της πολυδιάστατης υπόστασης του τουρισμού αλλά και των αλληλεπιδράσεων με άλλες οικονομικές δραστηριότητες, είναι πραγματικά δύσκολο να βρεθεί ένας ολοκληρωμένος ορισμός του, που να τύχει γενικής αποδοχής. Σε ό,τι αφορά τους διάφορους ορισμούς για τον τουρισμό, που έχουν κατά καιρούς δοθεί, αυτοί βασικά απέβλεπαν να εξυπηρετήσουν ειδικές περιπτώσεις και να επιλύσουν επείγοντα προβλήματα. Το γεγονός ότι δεν έχει υπάρξει ένας γενικής αποδοχής ολοκληρωμένος ορισμός του τουρισμού, έχει εμποδίσει σοβαρά, μεταξύ άλλων, τη δυνατότητα να μελετηθεί εκτενέστερα ως κλάδος γνώσης που είναι.

Ο τουρισμός, σχετικά αργοπορημένα, προσέλκυσε την προσοχή των μελετητών από διάφορους επιστημονικούς χώρους. Στις περισσότερες μελέτες που έγιναν για ειδικούς σκοπούς χρησιμοποιήθηκαν, όπως ήδη ειπώθηκε, στενοί λειτουργικοί ορισμοί του τουρισμού, αποκλειστικά και μόνο για να ανταποκριθούν σε συγκεκριμένες ανάγκες των ερευνητών και των κυβερνητικών αξιωματούχων. Οι μελέτες αυτές κάθε άλλο παρά προσέγγισαν το θέμα αυτό συστηματικά. Κατά συνέπεια, πολλοί ορισμοί του τουρισμού και του τουρίστα που δόθηκαν κατά καιρούς βασίστηκαν στην απόσταση του ταξιδιού, το χρόνο που

διατέθηκε για την πραγματοποίησή του και το σκοπό του. Αυτό, όμως, δυσκολεύει σημαντικά τη συλλογή στατιστικών στοιχείων, που οι μελετητές μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να αναπτύξουν μία βάση στοιχείων, να περιγράψουν το τουριστικό φαινόμενο και να κάνουν αναλύσεις. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το πρόβλημα αυτό, το οποίο κάθε άλλο παρά ασήμαντο είναι, προσπάθησαν στο παρελθόν να το λύσουν πολλοί διεθνείς οργανισμοί, μεταξύ των οποίων η Κοινωνία των Εθνών, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Αναπτύξεως (Ο.Ο.Σ.Α.) (McIntosh and Goeldner 1986: 6).

1.2. Μία σύντομη αναδρομή στην εξέλιξη του τουρισμού ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας

Ο τουρισμός κάθε άλλο παρά να ισχυριστούμε μπορεί κανείς ότι αποτελεί ένα τυχαίο φαινόμενο των εξελιγμένων, σήμερα, κοινωνιών. Αντίθετα, ίχνη του, έστω και σε υποτυπώδη μορφή, μπορούν να διαπιστωθούν σε όλες χωρίς εξαίρεση τις ιστορικές περιόδους του ανθρώπινου βίου (Τσάρτας 1996: 11-23, Καλφιώτης 1976: 26, Holloway 1989: Κεφάλαιο 2, McIntosh and Goeldner 1986: 21-31, Ηγουμενάκης 2000α: 22). Από τη μελέτη διάφορων γραπτών μνημείων, όπως για παράδειγμα του Αρτεμιδώρου, του Διοδώρου του Σικελιώτη, του Πausανία, του Στράβωνα, του Ηρόδοτου και άλλων, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι κατά την ελληνιστική αρχαιότητα υπήρχε το φαινόμενο της τουριστικής μετακίνησης των ατόμων, σε περιορισμένη, βέβαια, κλίμακα με σκοπό την ικανοποίηση συγκεκριμένων ψυχικών και πνευματικών αναγκών τους (Καλφιώτης 1976: 26-77, Λογοθέτης 1982: 17, Τσάρτας 1996: 12, Βαρβαρέσος 1998: 16-17). Έτσι, λοιπόν, ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.), για παράδειγμα, περιοδεύει σε πόλεις της Ελλάδας, ταξιδεύει στη Σικελία, την Αίγυπτο και άλλες χώρες, προκειμένου να γνωρίσει τον πολιτισμό τους, τα ήθη και τα έθιμά τους. Επίσης, μεμονωμένα άτομα ταξιδεύουν για ψυχαγωγικούς λόγους, αλλά και για να γνωρίσουν άλλους λαούς και να ενημερωθούν για τον πολιτισμό τους και τα επιτεύγματά τους (Καλφιώτης 1976: 27, Βαρβαρέσος 1987: 16).

Είναι αλήθεια ότι ο τουρισμός στην αρχαιότητα διέφερε αισθητά από το σημερινό τόσο ως προς τη μορφή του όσο και ως προς το περιεχόμενό του, αλλά και ως προς τα μέσα που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι σήμερα για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες (Ηγουμενάκης 2000α: 22).

Υποτυπώδεις μορφές τουρισμού, όμως, μπορούν να διαπιστωθούν ακόμα κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και του μεσαίωνα, αλλά και μέχρι το 19ο αιώνα (Ηγουμενάκης 2000α: 22, Καλφιώτης 1976: 28-29, Τσάρτας 1996: 12-19, Βαρβαρέσος 1998: 17-19, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας 1999: 12-19, Holloway 1989: 22).

Με τη σημερινή του μορφή ο τουρισμός άρχισε να εμφανίζεται στις αρχές του περασμένου αιώνα, η δε απαρχή της δυναμικής και ταχύρυθμης ανάπτυξής του χρονολογείται από το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα και μετά (Τσάρτας 1996: 20-23, Ηγουμενάκης 2000α: 128, Holloway 1989: 28-32, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας 1999: 32).

Για να φτάσει ο τουρισμός στη σημερινή του μορφή, πέρασε αναγκαστικά από διάφορες εξελικτικές φάσεις. Οι σημαντικότερες από αυτές ήταν, χωρίς άλλο, εκείνη του εκδημοκρατισμού του, που χρονολογικά τοποθετείται μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Το γεγονός αυτό συνέβαλε στο να αρχίσει ο τουρισμός να γίνεται στις αναπτυγμένες, τουλάχιστον, χώρες ολόένα και πιο προσιτός στις μεγάλες λαϊκές μάζες, καθώς στον τουρισμό βρήκαν μάλλον ένα μέσο ξεκούρασης και ανανέωσης των σωματικών και ψυχικών τους δυνάμεων, παρά έναν τρόπο προβολής και επίδειξης (Λογοθέτης 1982: 17, Ηγουμενάκης 1997α: 128, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας 1999: 35-36, 80, Ηγουμενάκης 2000α: 24-25, Foster 1986: 12).

Σήμερα ο τουρισμός έχει πάρει, πια, μαζικό χαρακτήρα, γεγονός το οποίο τον κάνει να διαφοροποιείται σημαντικά από τις παλιότερες μορφές του. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί, ότι ο τρόπος με τον οποίον αυτός εκδηλώνεται σήμερα, εξακολουθεί, βασικά, να παραμένει ο ίδιος. Η όποια διαφορά μεταξύ του τουρισμού σήμερα και των παλιότερων μορφών του είναι περισσότερο ποσοτική παρά ποιοτική, ενώ οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων είναι λίγο-πολύ ίδιες με αυτές του παρελθόντος, όπως ίδια είναι λίγο πολύ και τα κίνητρα που τους προκαλούν την ανάγκη ή επιθυμία να μετακινηθούν από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή μπορεί, κατά συνέπεια, να οριστεί ως 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 και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών. Όπως μπορεί να διαπιστωθεί, ο ορισμός αυτός έχει δύο σκέλη και συγκεκριμένα αυτό που αναφέρεται στην πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων και αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού, που ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση, και αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των πρόσκαιρα μετακινούμενων ατόμων και αντιπροσωπεύει το παραγωγικό μέρος του τουρισμού, που ταυτίζεται με την τουριστική προσφορά (Ηγουμενάκης 2000α: 27).

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου, αλλά και η συνειδητοποίηση των θετικών επιδράσεων του στις οικονομίες τόσο των αναπτυσσόμενων χωρών όσο και των αναπτυσσόμενων, οδήγησε τις πολιτικές εξουσίες πολλών χωρών στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού και την αντιμετώπισή του ως ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Αυτό είχε ως συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία η τουριστική οικονομία, που σκοπό έχει τη διερεύνηση και μελέτη των οικονομικών συνθηκών και σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται, με βάση τις οποίες παράγονται, διαθέτονται και καταναλώνονται ή χρησιμοποιούνται τα τουριστικά προϊόντα σε ορισμένο τόπο και χρόνο (Ηγουμενάκης 1997α: 29, Ηγουμενάκης 2000α: 25).

Ας σημειωθεί ότι με τη λήψη μέτρων υπέρ του τουρισμού αρχίζει, ουσιαστικά, ο κρατικός παρεμβατισμός στην τουριστική οικονομία, που αποβλέπει, βασικά, στη θέσπιση κανόνων για μία ελεγχόμενη και αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού με τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή της γεωργίας, με την ευρύτερη έννοια του όρου, και τη βιομηχανία. Ο κρατικός παρεμβατισμός στην ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να εκδηλώνεται είτε άμεσα, με την πραγματοποίηση έργων τουριστικής υποδομής ή ανωδομής, είτε έμμεσα, με τον μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων και των κινήτρων. Το γεγονός αυτό αποτελεί αναμφίβολα ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σύγχρονου τουρισμού, ταυτόχρονα, όμως, και μία έμπρακτη απόδειξη ότι οι πολιτικές εξουσίες επιθυμούν να αναπτυχθεί ο τουρισμός στις χώρες τους, γιατί έτσι υπολογίζουν να

ωφεληθούν και οι οικονομίες τους από τις ευεργετικές αλυσιδωτές επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους της οικονομικής τους δραστηριότητας (Λογοθέτης 1982: 19-20, Ηγουμενάκης 1997α: 129, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας 1999: 81, Ηγουμενάκης 2000α: 25-27).

Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε μία αναπτυγμένη ή αναπτυσσόμενη χώρα, μπορεί υπό προϋποθέσεις να συμβάλει στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του πληθυσμού της και των επισκεπτών της, αλλά ταυτόχρονα και στην άμβλυνση ή επίλυση πολλών οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων της. Συνεπώς, η ανάπτυξη του τουρισμού, παντού όπου αυτή είναι εφικτή, πρέπει να προωθείται προς όφελος της οικονομίας και του κοινωνικού συνόλου, αλλά, όπως ήδη ειπώθηκε, σε πλήρη αρμονία με αυτήν των άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως των βασικών, δηλαδή της γεωργίας με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης στις οικονομίες τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών κάθε άλλο παρά να υποβαθμιστεί μπορεί και πολύ περισσότερο να παραβλεφθεί (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας 1999: 40, Ηγουμενάκης 2000α: 24).

Ο τουρισμός παλιότερα αποτελούσε, κατά το πλείστον, ένα οικονομικό φαινόμενο περιορισμένης έκτασης και σημασίας, που υπήρχε λίγο πολύ σε υποτυπώδη κατάσταση. Η οικονομική του δραστηριότητα ήταν κυριολεκτικά ασήμαντη, η δε ανάπτυξή του τις περισσότερες φορές απρογραμματιστή, δηλαδή συμπτωματική, ευκαιριακή, άναρχη (Ηγουμενάκης 1997α: 23). Σήμερα, όμως, η σημασία του στις χώρες στις οποίες επιχειρείται η ανάπτυξή του αυξάνει ολοένα και περισσότερο, εξαιτίας της συνειδητοποίησης των κρατούντων και όχι μόνο, ότι τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από αυτήν δεν μπορούν να υποτιμηθούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν.

Όπως ήδη ειπώθηκε, ο τουρισμός με τη σύγχρονή του μορφή άρχισε να εμφανίζεται τον 20ό αιώνα, κυρίως, όμως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Αλλά και πάλι η συχνότητα των μετακινούμενων για τουριστικούς λόγους ατόμων ήταν περιορισμένη. Με το πέρασμα, όμως, του χρόνου ο τουρισμός βαθμιαία μεν αλλά σταθερά έπαψε πλέον να είναι προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας και άρχισε να γίνεται δικαίωμα των χαμηλόμισθων εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων (Mathieson and Wall

1987: 1, Ηγουμενάκης 1997α: 128, Ηγουμενάκης 2000α: 22-23). Σήμερα ο τουρισμός έχει σε μεγάλο βαθμό κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατιστεί σε πολλές χώρες του πλανήτη μας και κυρίως σε αυτές που έχουν κατορθώσει να σπάσουν το φράγμα της φτώχειας και της μιζέριας, δηλαδή που έχουν διακόψει το φαύλο κύκλο της υπανάπτυξης, με αποτέλεσμα ο αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους, να αυξάνει ολοένα και περισσότερο.

Ο τουρισμός ως οικονομικό, κατά κύριο λόγο, φαινόμενο αναπτύχθηκε στις οργανωμένες κοινωνίες στο πλαίσιο, πάντα, των υφιστάμενων κάθε φορά σε αυτές αντικειμενικών οικονομικών συνθηκών. Με άλλα λόγια, ακολούθησε μία εξελικτική πορεία παράλληλη προς εκείνη του ανθρώπινου βίου (Καλφιώτης 1976: 30, Ηγουμενάκης 2000α: 23).

Ας σημειωθεί ότι η εντυπωσιακή, στην κυριολεξία, ανάπτυξη του τουρισμού και η διεθνοποίησή του οφείλεται σε διάφορους λόγους, όμως κυρίως στην ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας (Gilbert 1939, Chew 1987, Hall 1991, Gunn 1994, Inskeep 1994, Martin and Witt 1988, Page 1994, 1999, Picard 1993, Robinson 1976, Rose 1991, Thurot 1980, Prideaux 2000) και επικοινωνίας, στη βελτίωση των εισοδημάτων των εργαζομένων, στην άνοδο του πολιτιστικού επιπέδου των λαών, στον περισσότερο συνεχή ελεύθερο χρόνο που έχουν στη διάθεσή τους οι άνθρωποι, στην καθιέρωση των ετήσιων πληρωμένων διακοπών των εργαζομένων, στην ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που τον κάνουν προσιτό στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις του πληθυσμού, όπως είναι για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο λαϊκός τουρισμός και κυρίως ο κοινωνικός τουρισμός (Τσάρτας 1996: 23-37, Ηγουμενάκης 1999α: 30, Καλφιώτης 1976: 34-42), η ανάπτυξη του οποίου και ως θεσμού υπήρξε ομολογουμένως αξιόλογη.

1.3. Η συνειδητοποίηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού εκ μέρους των κρατούντων

Έχει γίνει πια κοινή συνείδηση στους κρατούντες ότι ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή μπορεί, κάτω από προϋποθέσεις, να εξελιχθεί σε ένα δυναμικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, την τουριστική

οικονομία, που, όπως ήδη ειπώθηκε, μελετά τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται κατά την παραγωγή και διάθεση τουριστικών προϊόντων σε ορισμένο τόπο και χρόνο.

Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και ειδικότερα από το τέλος της δεκαετίας του '50 και μετά, ο τουρισμός έχει υποστεί πολλές μεταβολές, κυρίως δε σε ό,τι αφορά τα οικονομικά του. Έτσι, λοιπόν, στο διάστημα που μεσολάβησε σημειώθηκαν ριζικές αλλαγές τόσο στη μορφή του όσο και στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων. Όλα αυτά συνέβαλαν καθοριστικά στη συνειδητοποίηση της οικονομικής σημασίας του τουρισμού, γεγονός το οποίο είχε ως συνέπεια τη γέννηση της ανάγκης να μελετηθεί και αναλυθεί συστηματικότερα και σε βάθος η σημασία του τουρισμού, ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, καθώς επίσης οι ωφέλειες που μπορούν να προέλθουν από την ανάπτυξή του τόσο για την οικονομία όσο και για το κοινωνικό σύνολο. Πέρα από αυτό, όμως, οι οικονομολόγοι που στο μεταξύ είχαν αρχίσει να συνειδητοποιούν την οικονομική σημασία του τουρισμού και το ρόλο που θα μπορούσε να παίξει αυτός στο πλαίσιο των οικονομιών τόσο των αναπτυγμένων χωρών όσο και των αναπτυσσόμενων, ενδιαφέρθηκαν να μελετήσουν την αντιμετώπιση ορισμένων οικονομικών προβλημάτων του τουρισμού, που εμφανίζονταν ολοένα και εντονότερα. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι και τότε, ακόμα, η αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουρισμού γινόταν, συνήθως, απρογραμμάτιστα και αποσπασματικά με διάφορα αμφιβόλου αποτελεσματικότητας μέτρα τουριστικής πολιτικής.

Αν και χρειάστηκαν πολλά χρόνια τόσο για να φτάσει ο τουρισμός στα σημερινά αναπτυξιακά του επίπεδα όσο και για να συνειδητοποιηθεί η οικονομική του σημασία από τους κρατούντες, εξασφάλισε, τελικά, τη θέση που δικαιωματικά του ανήκει ανάμεσα στις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου. Καθοριστικό ρόλο σε αυτήν την εξέλιξη του τουρισμού έπαιξε ο προσανατολισμός της επιστημονικής έρευνας και της θετικής ανάλυσης στη συστηματική μελέτη των διάφορων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, που εξελίσσεται δυναμικά και που γεννήθηκε από την ανάγκη μελέτης και ανάλυσης των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ των εμπλεκόμενων στην

άσκηση των διάφορων οικονομικών λειτουργιών της τουριστικής οικονομίας.

Αν και η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση μίας χώρας συνήθως δεν αμφισβητείται (Mathieson and Wall, 1987: 40-44, Pearce 1989: 10-14), θα πρέπει να ειπωθεί ότι σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να αποτελεί πανάκεια για την επίλυση όλων των οικονομικοκοινωνικών προβλημάτων ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση (McIntosh and Goeldner 1989: 305, Ηγουμενάκης 2000α: 24), ανεξάρτητα από το επίπεδο ανάπτυξής του. Αυτό, όμως, δεν σημαίνει ότι παραβλέπεται ή υποβαθμίζεται ο ρόλος του τουρισμού, ως μοχλού οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, και τούτο γιατί έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό στο σχηματισμό του εθνικού εισοδήματος, στη μείωση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης, έστω και εποχικά, στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου πληρωμών κ.λπ. (McIntosh and Goeldner 1989: 304, Mathieson and Wall 1987: 52, Pearce 1989: 10-14, Τσάρτας 1996: 165-166, Ηγουμενάκης 2000α: 23-24). Και ακόμα γιατί μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά τους βασικούς κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία, να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην κοινή προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για την προώθηση και πραγμάτωση της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των οικονομιών τους. Γι' αυτόν, ακριβώς, το λόγο η ανάπτυξη ή μεγέθυνση του τουρισμού επιβάλλεται να προσεχίζεται ισόρροπα και αρμονικά με αυτήν των άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και να χρησιμοποιείται μεν ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, πλην όμως όχι ως κύριος αλλά ως συμπληρωματικός (Ηγουμενάκης 1997α: 139-140, Λογοθέτης 1982: 29).

1.4. Τα κυριότερα οικονομικά χαρακτηριστικά του τουρισμού

Όπως κάθε οικονομική δραστηριότητα, έτσι και ο τουρισμός έχει τα δικά του οικονομικά χαρακτηριστικά, που τον κάνουν να διακρίνεται από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, αλλά και από άλ-

λες διεθνείς συναλλαγές (Sadler and Archer 1974: 2-3, Schneider 1976: 9-10, Leiper 1979: 397-403). Τα κυριότερα από αυτά είναι τέσσερα και αναφέρονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω (Mathieson and Wall 1987: 38, Ηγουμενάκης 2000α: 33-36).

- α. Ο τουρισμός αποτελεί μία άυλη εξαγωγική βιομηχανία, που σημαίνει ότι τα προϊόντα που παράγονται και διαθέτονται δεν είναι υλικά ώστε να μπορούν να εξάγονται¹ σε άλλες χώρες, αλλά άυλα, δηλαδή υπηρεσίες. Είναι μία από τις ελάχιστες βιομηχανίες στον κόσμο, όπου ο πιθανός τουρίστας έχει τη δυνατότητα να αγοράζει από αυτές άμεσα ή έμμεσα άυλα τουριστικά προϊόντα και στη συνέχεια, κάνοντας χρήση τους στους τουριστικούς προορισμούς όπου αυτοί παράγονται, να ικανοποιεί τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Με άλλα λόγια, ο τουρίστας, που επισκέπτεται έναν τουριστικό προορισμό, αγοράζει στην πραγματικότητα τουριστικές εμπειρίες, τις οποίες απέκτησε κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης διαμονής του σε αυτόν και τις οποίες παίρνει μαζί του όταν επιστρέφει στη χώρα στην οποία κατοικεί μόνιμα (Ηγουμενάκης 1997α: 106).
- β. Τα άτομα που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, έχουν την απαίτηση να διαθέτουν κατάλληλη τουριστική υποδομή και ανωδομή και να προσφέρονται σε αυτά οι επιθυμητές ποσότητες και ποιότητες τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε λογικές τιμές. Τα έργα αυτά τουριστικής υποδομής και ανωδομής πρέπει να κατασκευαστούν, να συντηρηθούν, να επεκταθούν και να βελτιωθούν. Η έκταση των έργων αυτών θα εξαρτηθεί αφ' ενός μεν από τις δυνατότητες ενός τουριστικού προορισμού να χρηματοδοτήσει την πραγματο-

1. Τα άτομα που επισκέπτονται μία χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών αγοράζουν τουριστικές εμπειρίες. Όταν φεύγουν από αυτήν μπορεί να μην παίρνουν μαζί τους κάποιο ανάλογο υλικό προϊόν σε αξία με αυτά που ξόδεψαν για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, παίρνουν, όμως, μαζί τους τις τουριστικές εμπειρίες που αγόρασαν. Κατά συνέπεια, μία χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών εξάγει τουριστικές εμπειρίες (McIntosh and Goeldner 1986: 264, Ηγουμενάκης 1997 α: 106).

ποίησή τους, αφ' ετέρου δε από τη φύση και το μέγεθος των ζητούμενων υπηρεσιών φιλοξενίας.

- γ. Ο τουρισμός αποτελεί, συνήθως, ένα σύνθετο προϊόν (Ηγουμενάκης 1999β: 188), που επηρεάζει άμεσα πολλούς άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Τα άτομα που ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους, κάνουν χρήση ορισμένων μεμονωμένων ή συνδυασμένων σε πακέτα υπηρεσιών, οι οποίες αγοράζονται είτε από τουριστικές επιχειρήσεις είτε από μη τουριστικές, ενώ μερικές άλλες τους παρέχονται εντελώς δωρεάν. Οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την αγορά μεμονωμένων ή συνδυασμένων σε πακέτα τουριστικών και όχι μόνο υπηρεσιών, διοχετεύονται άμεσα σε κάθε είδους τουριστικές επιχειρήσεις. Από αυτές τις δαπάνες, όμως, προκύπτουν και έμμεσα οφέλη, που μπορεί να έχουν τη μορφή εσόδων από τοπικούς φόρους, από βελτιώσεις της τουριστικής υποδομής και αναδομής τουριστικών προορισμών, από την επέκταση των παροχών της τοπικής αυτοδιοίκησης κ.λπ.
- δ. Ως άκρως ασταθές προϊόν που είναι, μεταξύ άλλων, ο τουρισμός, συνήθως υπόκειται σε μεγάλες εποχικές διακυμάνσεις, καθώς επίσης σε έντονες και απρόβλεπτες εξωτερικές επιδράσεις, όπως για παράδειγμα οικονομικές κρίσεις, γεωπολιτικές κρίσεις, πολέμους, επαναστάσεις, κοινωνικές αναταραχές κ.λπ. Πέρα από αυτά, όμως, ο τουρισμός εμφανίζει υψηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το εισόδημα. Όλοι μαζί οι παράγοντες αυτοί ευλόγυνται για τη δημιουργία μίας χαλαρής αφοσίωσης των τουριστών σε τουριστικούς προορισμούς, σε τρόπους πραγματοποίησης της τουριστικής μετακίνησης, σε μονάδες παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας, σε ταξιδιωτικούς και τουριστικούς πράκτορες κ.λπ. (Schmoll 1977: 39-41). Όλοι αυτοί εξετάζονται λεπτομερέστερα αμέσως πιο κάτω (Mathieson and Wall 1987: 38-40):
- (1) Το τουριστικό προϊόν έχει την ιδιότητα του φθαρτού (Ηγουμενάκης 1999β: 84-85). Αυτό σημαίνει ότι δεν μπορεί να αποθηκευτεί, το δε γεγονός ότι η ζήτησή του είναι σε μεγάλο βαθμό εποχική, συμβάλλει στη δημιουργία σημαντικών διακυμάνσεων των επιπέδων παραγωγής του, που

πραγματοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Έτσι, λοιπόν, κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν, οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να πραγματοποιήσουν όσο το δυνατό περισσότερα έσοδα γίνεται και κυρίως στην αιχμή της, ώστε στους εκτός αιχμής μήνες της τουριστικής περιόδου και κατά τη διάρκεια της νεκρής περιόδου, να αντισταθμιστούν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται οι απώλειες εσόδων λόγω μείωσης ή ακόμα και παντελούς έλλειψης της πελατείας τους. Η εποχικότητα, όμως, της ζήτησης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών δεν συνεπάγεται μόνο απώλειες εσόδων για τις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά ταυτόχρονα επιπτώσεις στην απασχόληση, λόγω αθρόων απολύσεων των απασχολούμενων στην τουριστική βιομηχανία, καθώς επίσης στην επενδυτική δραστηριότητα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να σημειωθεί, ότι η πραγματοποίηση σήμερα περισσότερων ημερών διακοπών εντός της επικράτειας της χώρας, στην οποία κατοικούν μόνιμα οι άνθρωποι, έχει συμβάλλει σε κάποιο βαθμό στην εξάλυνση των επιπτώσεων της εποχικότητας σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς.

- (2) Η τουριστική ζήτηση υπόκειται σε αλλαγές εξαιτίας απρόβλεπτων εξωτερικών επιδράσεων. Αν και ο τουρισμός έχει εκδημοκρατιστεί σημαντικά από το δεύτερο μισό του περασμένου αιώνα και μετά, εντούτοις η πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής σε μακρινούς τουριστικούς προορισμούς εξακολουθεί να αποτελεί πολυτέλεια και ως εκ τούτου προνόμιο των λίγων και όχι των πολλών. Αντίξοες κλιματολογικές συνθήκες, τρομοκρατικές ενέργειες, επιδημίες, οικονομικές κρίσεις κ.λπ., σε τουριστικούς προορισμούς, σε ευρύτερες γεωγραφικές περιφέρειες ή ακόμα και σε παγκόσμια κλίμακα, μπορούν να αλλάξουν τη ροή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος προς άλλους τουριστικούς προορισμούς ή ακόμα να την περιορίσουν σημαντικά.
- (3) Τα κίνητρα που διεγείρουν την επιθυμία των ανθρώπων να επισκεφθούν έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορι-

σμούς, είναι περίπλοκα, συχνά αντιφατικά και διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από άτομο σε άτομο. Εξαιτίας αυτού, πολλοί άνθρωποι σπάνια ταξιδεύουν σε ένα μακρινό τουριστικό προορισμό περισσότερο από μία φορά στη ζωή τους. Γι' αυτό οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να εκτιμήσουν ποια τμήματα της τουριστικής αγοράς μπορούν να ικανοποιήσουν πλήρως, με βάση, πάντα, τον τύπο και την ποιότητα των τουριστικών και όχι μόνο υλικών και άυλων προϊόντων, που έχουν τη δυνατότητα να παράγουν και να τους τα διαθέσουν επικερδώς.

- (4) Ο τουρισμός, όπως ήδη ειπώθηκε, είναι ελαστικός ως προς την τιμή και το εισόδημα. Αυτό σημαίνει ότι η λήψη αποφάσεων εκ μέρους των ανθρώπων να ταξιδέψουν για τουριστικούς λόγους θα επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από μικρές αλλαγές στις τιμές και το εισόδημα. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να ειπωθεί, ότι η ελαστικότητα της τιμής μπορεί ευχερέστερα να αναγνωριστεί από την εισοδηματική ελαστικότητα. Οι εισοδηματικές αλλαγές πραγματοποιούνται συνήθως βαθμιαία, οι δε επιδράσεις τους στη ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών δεν μπορούν να αναγνωριστούν αμέσως, αλλά μόνο μετά από πάροδο κάποιας χρονικής περιόδου. Όπως και να έχουν, όμως, τα πράγματα, οι απόψεις, ως προς τη σημασία της ελαστικότητας της τιμής των τουριστικών προϊόντων, διίστανται λιγότερο ή περισσότερο (Archer 1975: 22).

Ας σημειωθεί ότι η πιο πάνω σκιαγράφηση των κυριότερων οικονομικών χαρακτηριστικών του τουρισμού, συμβάλλει στο να γίνουν καλύτερα κατανοητές οι οικονομικές επιδράσεις, που αναπόφευκτα ασκούνται στον οικονομικό μηχανισμό μίας αναπτυσσόμενης ή αναπτυσσόμενης χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

1.5. Οι κυριότεροι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού

Ο τουρισμός, ως οικονομική δραστηριότητα, αναπτύχθηκε σε οργανωμένα κοινωνικά σύνολα με κρατική υπόσταση στο πλαίσιο των υφιστάμενων, κάθε φορά, σε αυτά αντικειμενικών οικονομικών συνθηκών. Οι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι πολλοί και διάφοροι. Οι κυριότεροι, όμως, από αυτούς είναι τέσσερις και συγκεκριμένα οι εξής:

α. Η βελτίωση των ατομικών εισοδημάτων των εργαζομένων, κατ' επέκταση δε και του διακριτικού τους εισοδήματος

Η έντονη οικονομική δραστηριότητα, που αναπτύχθηκε μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου σε όλα, σχεδόν, τα μήκη και πλάτη του πλανήτη μας και η εντοπιστική αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος του πληθυσμού της γης, που δεν είχε δεύτερο προηγούμενο στην ιστορία της ανθρωπότητας, συνέβαλαν στο να αυξηθούν περισσότερο ή λιγότερα τα ατομικά εισοδήματα των εργαζομένων, και κατ' επέκταση το διακριτικό² τους εισόδημα.

Έτσι, λοιπόν, με την αύξηση του διακριτικού εισοδήματος των ανθρώπων, αποκτήθηκε εκ μέρους τους η δυνατότητα να ικανοποιήσουν περισσότερες ανάγκες ή επιθυμίες τους πέρα από τις βασικές ή βιοτικές, όπως χαρακτηρίζονται και αλλιώς. Μεταξύ των διάφορων αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων περιλαμβάνονται και οι τουριστικές, η ικανοποίηση των οποίων απαιτεί εκτός από χρήματα και ελεύθερο χρόνο.

Ας σημειωθεί ότι οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, είναι αυτές που αναγκάζουν τους ανθρώπους να αναπτύξουν ορισμένες οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες θα τους εξασφαλίσουν στο μέτρο του εφικτού τα μέσα, δηλαδή τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, με τα

2. Το καθαρό εισόδημα είναι ό,τι απομένει από το συνολικό εισόδημα μετά την αφαίρεση των άμεσων φόρων. Αν από το καθαρό εισόδημα αφαιρεθούν οι βιοτικές δαπάνες, τότε, ό,τι απομένει είναι το διακριτικό εισόδημα.

οποία θα επιχειρηθεί εκ μέρους τους ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών ή τουλάχιστον όσο το δυνατό περισσότερες από αυτές.

Έτσι, λοιπόν, οι πιθανοί τουρίστες, αν συμπεριφέρονται ορθολογιστικά, θα πρέπει να διαλέξουν αυτά τα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες και σε αυτές τις ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες που του επιτρέπει το διακριτικό τους εισόδημα, έτσι ώστε από την κατανάλωση ή χρήση τους να μεγιστοποιείται η ωφέλεια ή χρησιμότητά τους.

β. Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων

Η θεαματική πρόοδος της επιστήμης σε συνδυασμό με την αλματώδη εξέλιξη της τεχνολογίας μεταπολεμικά συνέβαλαν, μεταξύ άλλων, και στην αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας, κατ' επέκταση δε και της παραγωγής γενικά. Όλα αυτά, όμως, εκτός από μία αισθητή βελτίωση των όρων εργασίας και του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων συνέβαλαν και σε μία βελτίωση τόσο της οικονομικής όσο και της κοινωνικής τους θέσης.

Στις μεγάλες, εξάλλου, κοινωνικές κατακτήσεις των ανθρώπων περιλαμβάνεται και αυτή της βαθμιαίας μείωσης του ωραρίου εργασίας τους, που, όπως είναι γνωστό, επιτεύχθηκε ύστερα από μακροχρόνιους, δυναμικούς, επίμονους και αιματηρούς αγώνες, καθώς επίσης η μείωση των ημερών της εβδομαδιαίας απασχόλησης, το ελαστικό ωράριο εργασίας και η αύξηση των ημερών της ετήσιας άδειας με πλήρεις αποδοχές.

Όπως ήδη ειπώθηκε, για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων απαιτούνται εκτός από χρήματα και ελεύθερος χρόνος. Θα πρέπει, όμως, να διευκρινιστεί ότι ο ελεύθερος χρόνος, τον οποίο οι άνθρωποι διαθέτουν συνήθως για τουρισμό, αναφέρεται σε αυτόν των εργαζομένων και όχι σε ειδικές κατηγορίες ανθρώπων, όπως είναι για παράδειγμα οι συνταξιούχοι, οι εισοδηματίες κ.λπ., όπου ο ελεύθερος χρόνος είναι, οπωσδήποτε, αυξημένος.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ο ελεύθερος χρόνος, στον οποίο γίνεται αναφορά πιο πάνω, δεν είναι αυτός εντός του εικοσιτετραώρου και τούτο γιατί παρουσιάζει περιορισμένο ενδιαφέρον, από πλευράς τουρισμού, επειδή η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώ-

πων από τους τόπους της μόνιμης διαμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς της επιλογής τους απαιτεί, χωρίς άλλο, πολύ μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από εκείνο του εικοσιτετραώρου. Κατά συνέπεια, τα μεγάλα περιθώρια συνεχούς ελεύθερου χρόνου έχουν, οπωσδήποτε, μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τον τουρισμό, εφόσον βέβαια χρησιμοποιηθεί για τουριστικούς σκοπούς. Επομένως, όσο μεγαλύτερα είναι τα περιθώρια αυτά τόσο περισσότερο συνδέονται αυτά με τον τουρισμό και συγκεκριμένα με τον τουρισμό διακοπών.

Συμπερασματικά, θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο ελεύθερο χρόνος, που διαθέτουν οι άνθρωποι για τουρισμό, επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών εκ μέρους τους, κατ' επέκταση δε και στην ανάπτυξη του τουρισμού της χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επισκέπτονται.

Επίσης, θα πρέπει να ειπωθεί ότι όσο μεγαλύτερα είναι τα περιθώρια χρόνου, που διαθέτουν οι άνθρωποι για τουρισμό, τόσο μεγαλύτερα είναι τα περιθώρια ικανοποίησης των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών και ως εκ τούτου τόσο περισσότερα επηρεάζεται η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

γ. Η τεχνολογική εξέλιξη και καινοτομία των μεταφορικών μέσων

Παρά το γεγονός ότι ο ρόλος των μεταφορών δεν έχει μέχρι σήμερα διερευνηθεί λεπτομερειακά, η σημασία του στην τουριστική ανάπτυξη έχει πλήρως αναγνωριστεί.

Ιστορικά έχει καταγραφεί ότι τα μεταφορικά μέσα, από αρχαιότερων χρόνων, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των ταξιδιών (Kaul 1985), κατ' επέκταση δε και του κλάδου φιλοξενίας (Theobald 1994). Σε νεότερες εποχές η εφεύρεση του τρένου και αργότερα του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου έκαναν δυνατή τη μετακίνηση των ανθρώπων και στην πλέον απομακρυσμένη γωνιά του πλανήτη (Pri-deaux 2000: 53-54).

Κάθε νέο επίτευγμα στην τεχνολογία των μεταφορών καθιστά ικανό τον άνθρωπο να ταξιδεύει μακρύτερα, ταχύτερα, φτηνότερα, καθώς επίσης με μεγαλύτερη άνεση και ασφάλεια. Ξεκινώντας από το τρένο στο 19ο αιώνα, το ιδιωτικής χρήσης αυτοκίνητο και τα μεγάλα αεριωθούμενα επιβατικά αεροπλάνα στον εικοστό αιώνα, μπορεί να ειπωθεί