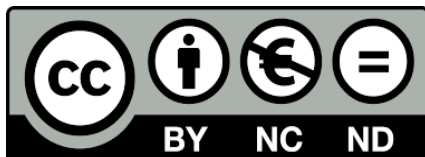




Εισαγωγή στον Τουρισμό και την Τουριστική Οικονομία

Ενότητα 1: Βασικές Έννοιες

Δημήτρης Κούτουλας, Επίκουρος Καθηγητής
Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων



Σκοποί ενότητας

- Εισαγωγή στην οικονομική του τουρισμού

Περιεχόμενα ενότητας

- Βασικές έννοιες του τουρισμού
- Μαζικός τουρισμός
- Τουριστική κατανάλωση
- Λόγοι ανάπτυξης του τουρισμού

Βασικές έννοιες (1)

Οικουμενικός ορισμός του τουρισμού

Hunziger & Krapf (1942)

- Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι και την παραμονή ξένων προς έναν τόπο στον τόπο αυτόν, εφόσον η παραμονή δεν έχει το χαρακτήρα της μόνιμης εγκατάστασης και συνεπώς δεν ασκείται κάποια δραστηριότητα για την εξασφάλιση εισοδήματος.



Βασικές έννοιες (2)

Πρωτογενής ορισμός του τουρισμού

Κούτουλας (2001)

- Ο τουρισμός είναι μια ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία συνίσταται στο ταξίδι — δηλ. τη μετάβαση και την προσωρινή παραμονή — σε έναν ή περισσότερους τόπους διαφορετικούς από τον τόπο της μόνιμης εγκατάστασης (τους προορισμούς) καθώς και στις επιμέρους δραστηριότητες τις οποίες ασκεί ένα άτομο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού με σκοπό την ικανοποίηση κάποιων αναγκών του.



Βασικές έννοιες (3)

Οικονομικός ορισμός του τουρισμού

Walterspiel (1956)

- Τουρισμός είναι η αγορά οικονομικών αγαθών από ξένους — δηλ. ανθρώπους παρόντες στον τόπο της αγοραπωλησίας αλλά με διαφορετικό τόπο μόνιμης διαμονής — όπου τα εν λόγω αγαθά προορίζονται για προσωπική χρήση και κατανάλωση.



Βασικές έννοιες (4)

Οικονομικός ορισμός του τουρισμού από τη σκοπιά του καταναλωτή-τουρίστα (Κούτουλας 2001)

- Η **κατανάλωση** που πραγματοποιούν τα άτομα, τα οποία ταξιδεύουν προσωρινά σε έναν τόπο διαφορετικό από τον τόπο της μόνιμης εγκατάστασής τους με σκοπό να ικανοποιήσουν ορισμένες ανάγκες τους μέσω της άσκησης κάποιων επιμέρους δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Η εν λόγω κατανάλωση συντελείται σε τρεις γεωγραφικούς χώρους: τον τόπο μόνιμης εγκατάστασης, τον προορισμό καθώς και τις περιοχές από τις οποίες διέρχονται τα άτομα καθ' οδόν προς τον προορισμό ή τον τόπο της μόνιμης εγκατάστασής τους.



Βασικές έννοιες (5)

Ο τουρισμός αποτελεί κατανάλωση – μια αγορά
– και όχι κλάδο της οικονομίας!



Βασικές έννοιες (6)

Συζήτηση σχετικά με τα επαγγελματικά ταξίδια...



Βασικές έννοιες (7)

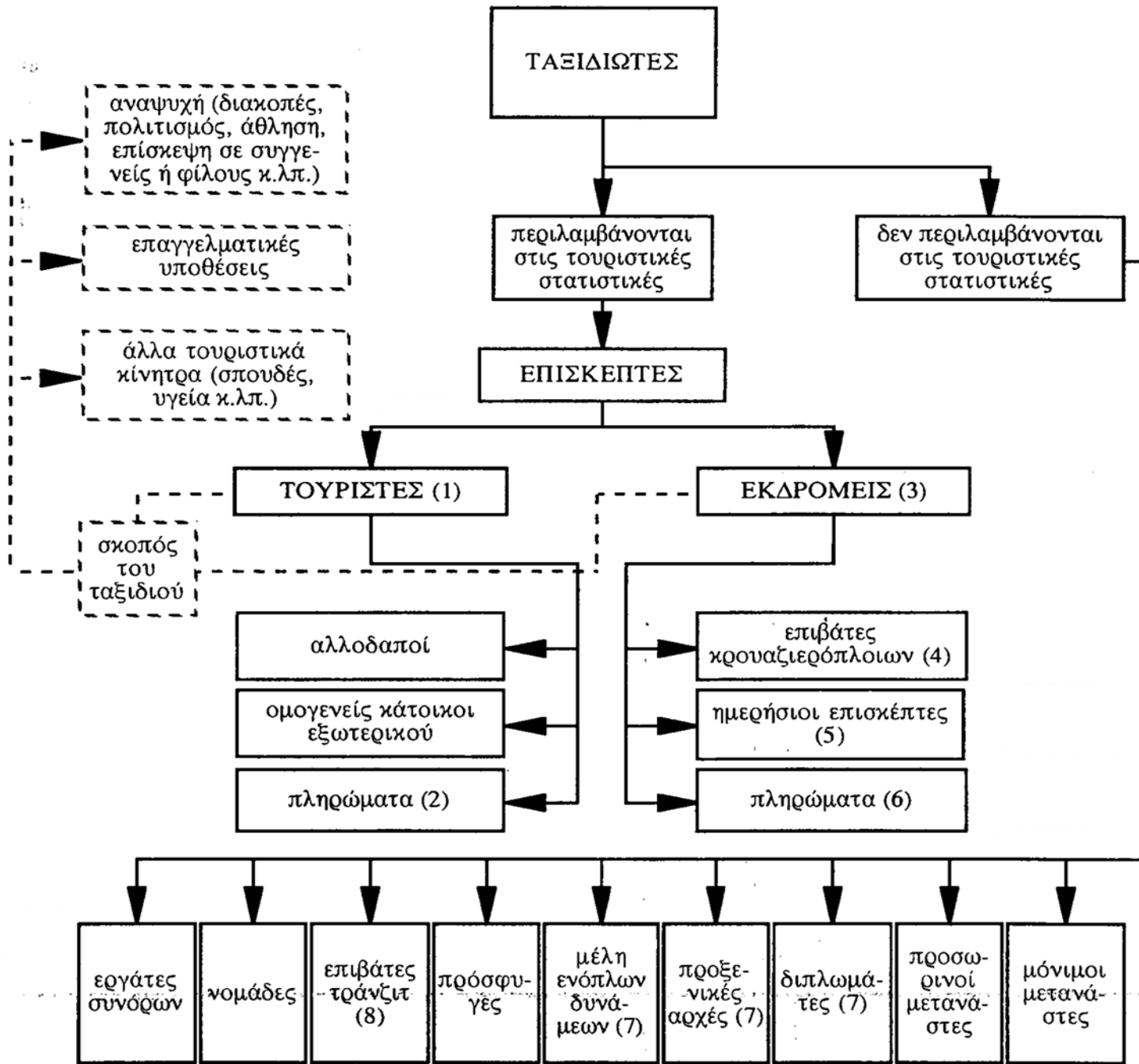
Ορισμός του τουρίστα

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (1963)

- Ως **επισκέπτης** (visitor) νοείται κάθε άτομο που ταξιδεύει σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία έχει τη συνήθη διαμονή του και εφόσον ο σκοπός του ταξιδιού του δεν είναι η εξάσκηση ενός επαγγέλματος, το οποίο αμείβεται από φορέα της χώρας-προορισμού.



Ταξινόμηση των ταξιδιωτών σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization)



Σχήμα 1

Πηγή: Προσαρμοσμένο από: Seekings, John (1989), *Components of Tourism* (λήμμα). In: Witt, Stephen F. and Luiz Moutinho (eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook* (Hemel Hempstead: Prentice Hall), p. 58



Βασικές έννοιες (8)

Υποσημειώσεις Σχήματος

1. Επισκέπτες που παραμένουν τουλάχιστον για μια νύχτα στη χώρα άφιξης.
2. Αλλοδαπά πληρώματα αεροσκαφών ή πλοίων που κάνουν χρήση καταλύματος στη χώρα άφιξης.
3. Επισκέπτες που δεν διανυκτερεύουν στη χώρα άφιξης, οι οποίοι όμως ενδέχεται να περιηγηθούν τη χώρα κατά τη διάρκεια μιας ή περισσότερων ημερών, εφόσον επιστρέφουν κάθε βράδυ στο πλοίο ή στο τραίνο με το οποίο αφίχθησαν για να διανυκτερεύσουν.
4. Συνήθως κατατάσσονται στους εκδρομείς. Από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού προτείνεται πάντως η καταγραφή τους σε ξεχωριστή κατηγορία.



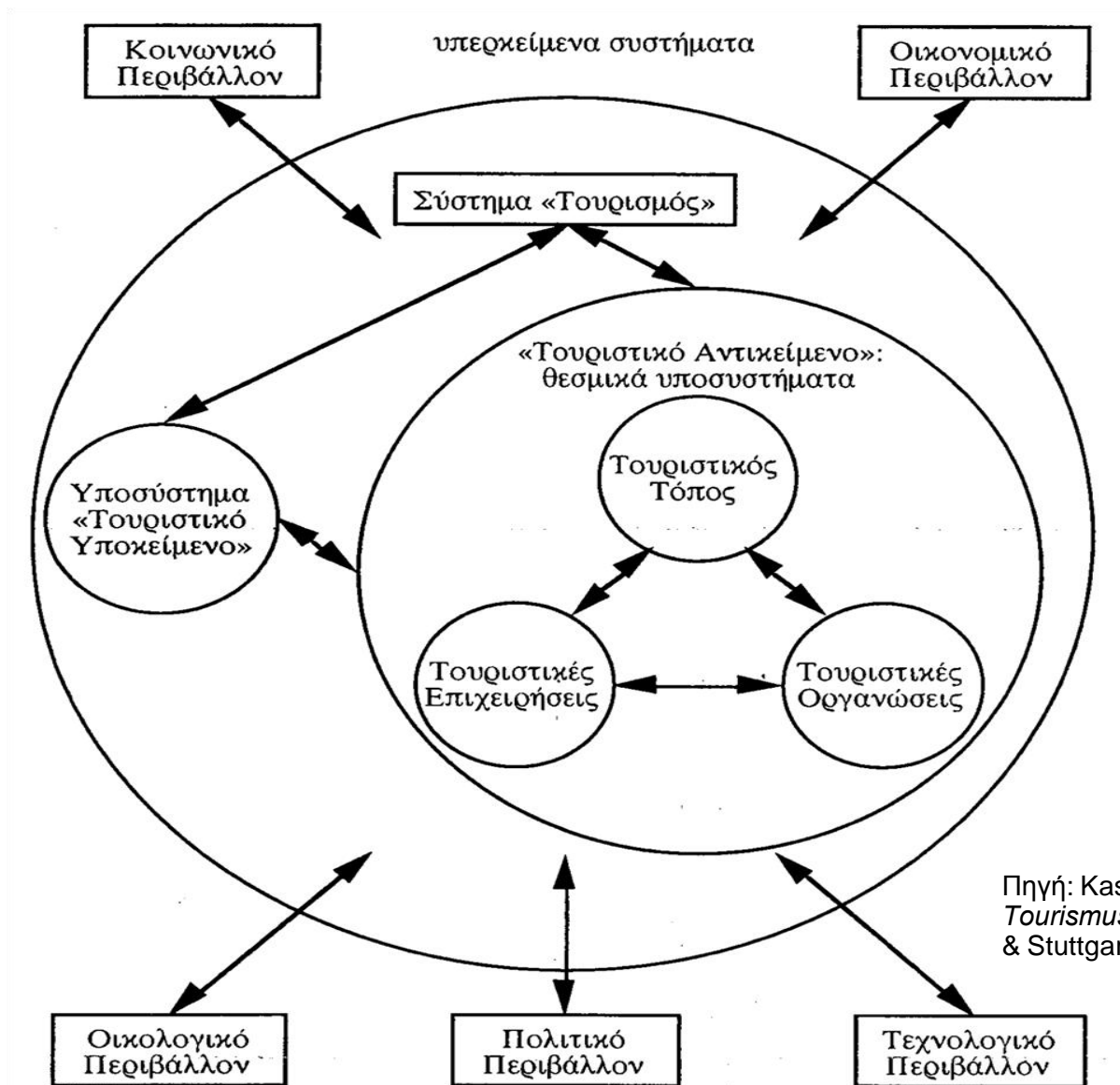
Βασικές έννοιες (9)

Υποσημειώσεις Σχήματος (συνέχεια)

5. Επισκέπτες που αφικνούνται και αναχωρούν την ίδια ημέρα.
6. Μέλη πληρωμάτων που δεν είναι κάτοικοι της χώρας άφιξης, τα οποία αναχωρούν εντός της ημέρας.
7. Κατά τις μετακινήσεις τους από τη χώρα προέλευσης στον τόπο υπηρεσίας και αντίστροφα (συμπεριλαμβανομένων των συγγενών και των οικιακών βοηθών).
8. Οι οποίοι δεν εξέρχονται των χώρων τράνζιτ στα λιμάνια ή τα αεροδρόμια.



Η δομή του συστήματος «τουρισμός»



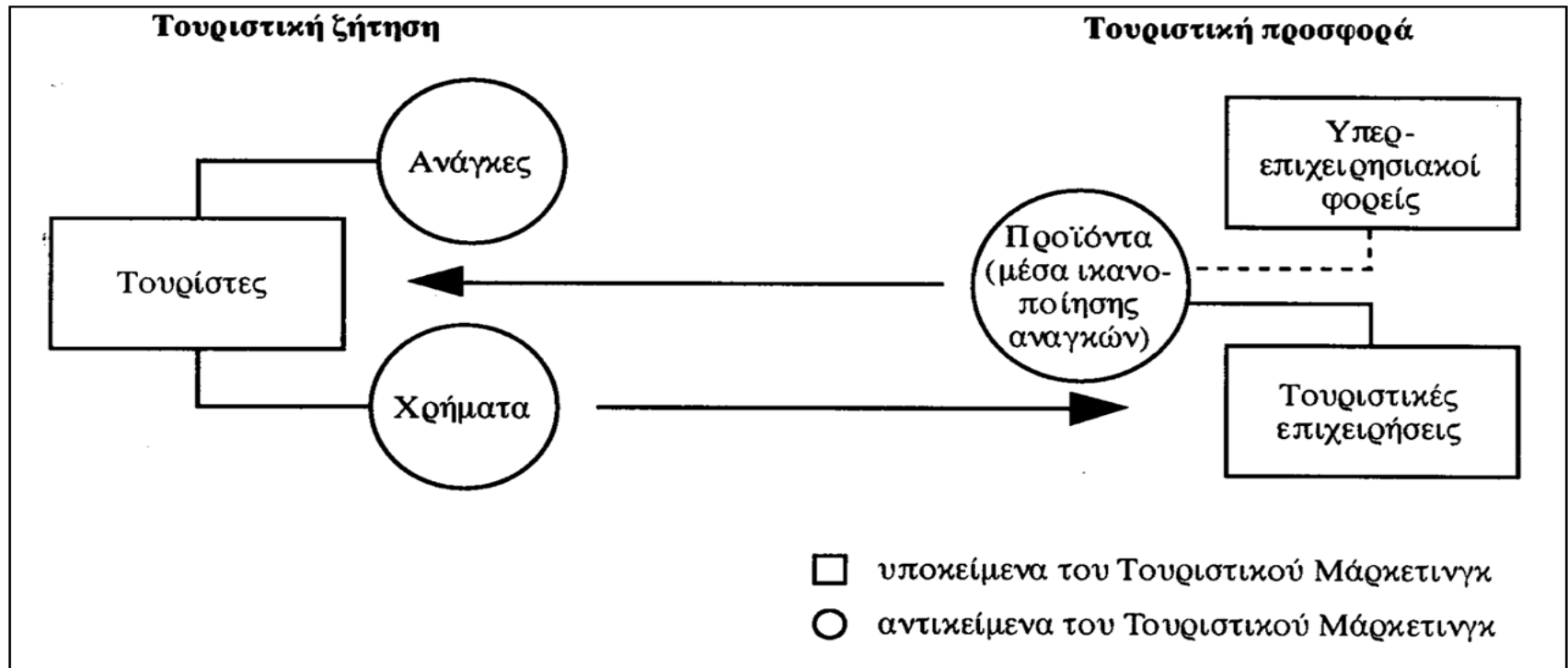
Σχήμα 2

Πηγή: Kaspar, Claude (1991), *Die Tourismuslehre im Grundriß*, 4. Auflage (Bern & Stuttgart: Verlag Paul Haupt), S. 14



Βασικές έννοιες (10)

Σχέσεις μεταξύ υποκειμένων και αντικειμένων της τουριστικής αγοράς (απλοποιημένη απεικόνιση)



Σχήμα 3

Πηγή: Κούτουλας, Δημήτρης (2001), Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ, διδακτορική διατριβή (Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου), σελ. 474



Βασικές έννοιες (11)

Τουριστικές ανάγκες

- Τουριστική είναι εκείνη η ανάγκη, για την ικανοποίηση της οποίας απαιτείται η αναχώρηση από τον τόπο κατοικίας (Jončić 1988).
 - i. Ως **πρωτογενείς τουριστικές ανάγκες** λογίζονται όσες ωθούν έναν άνθρωπο να πραγματοποιήσει ένα τουριστικό ταξίδι προκειμένου να τις ικανοποιήσει
 - ii. Ως **δευτερογενείς τουριστικές ανάγκες** λογίζονται αυτές που απορρέουν από την απόφαση να πραγματοποιηθεί το εν λόγω ταξίδι.



Βασικές έννοιες (12)

Πρωτογενείς τουριστικές ανάγκες (βλ. ταξίδια αναψυχής)

- Laws (1991): Τρεις οι πρωτογενείς τουριστικές ανάγκες
 - ανάγκη για ξεκούραση
 - ανάγκη για διασκέδαση
 - ανάγκη για προσωπική καλλιέργεια (personal development)
- Pearce (1995): Ανάγκη φυγής από τον τόπο της μόνιμης εγκατάστασης. Πρόκειται για την ανάγκη που νοιώθουν οι άνθρωποι να βγουν από την καθημερινή τους ρουτίνα, πράγμα που επιτυγχάνουν με τη μετάβασή τους σε έναν άλλον τόπο.



Βασικές έννοιες (13)

Πρωτογενείς τουριστικές ανάγκες Ελβετών τουριστών (Schmidhauser / Witt & Wright 1992)

a) Αποζημίωση για τις ελλείψεις που προκύπτουν από την καθημερινή ζωή στη σύγχρονη κοινωνία

- την έλλειψη ανθρώπινης επαφής και φιλικών σχέσεων
- τα κλιματολογικά μειονεκτήματα του τόπου διαμονής (επιθυμία για ήλιο και ζέστη)
- την έλλειψη κίνησης και δράσης
- την έλλειψη επαφής με τη φύση και την έλλειψη υπαίθριας αναψυχής
- την έλλειψη εμπειριών και αλλαγών και την καταπίεση της παρόρμησης για εξερεύνηση
- την έλλειψη απόλαυσης, πολυτέλειας και κύρους
- την έλλειψη ελευθερίας.



Βασικές έννοιες (14)

Πρωτογενείς τουριστικές ανάγκες Ελβετών τουριστών (Schmidhauser / Witt & Wright 1992)

- b) Αποκατάσταση των σωματικών και ψυχολογικών προβλημάτων που προκαλούνται από το άγχος, τη μονοτονία της καθημερινής ζωής και την πίεση για υψηλή απόδοση· επιτυγχάνεται δηλ. η διατήρηση ή η αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής ευεξίας
- c) Καλλιέργεια της προσωπικότητας, βελτίωση της αυτοπεποίθησης, ικανοποίηση της περιέργειας, διεύρυνση των ατομικών οριζόντων
- d) Επιβράβευση εαυτού, καλοπέραση



Βασικές έννοιες (15)

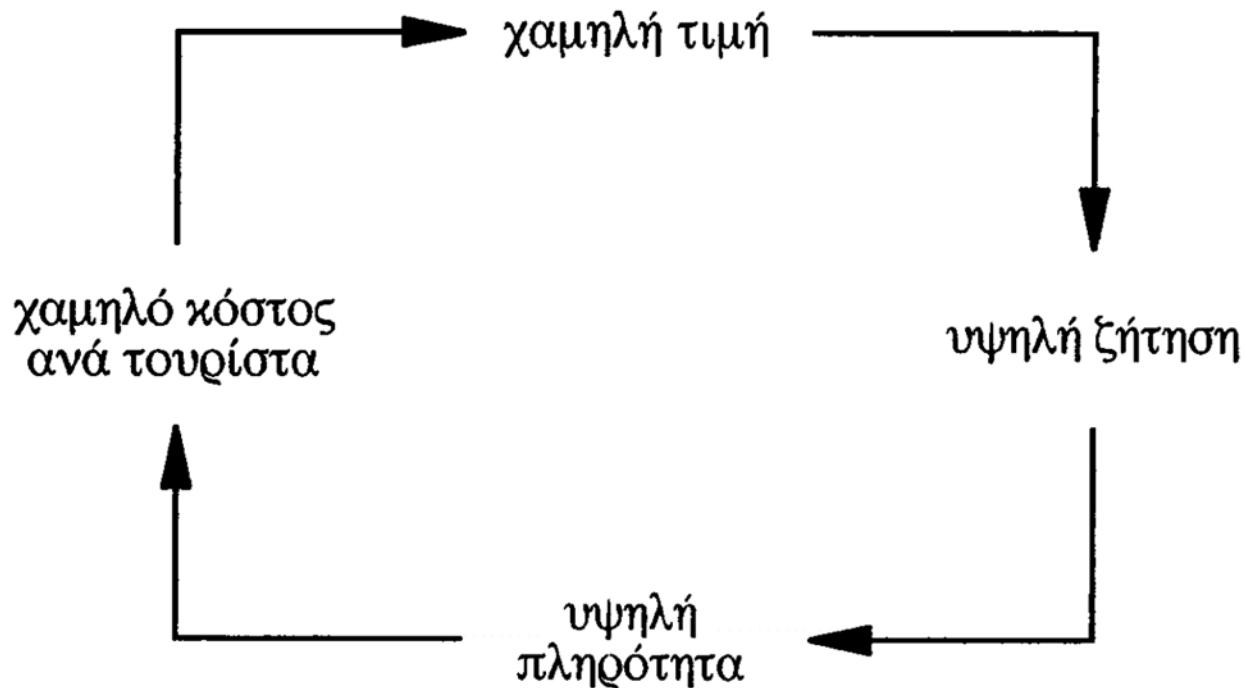
Δευτερογενείς τουριστικές ανάγκες *(Aeschbacher et al. 1973)*

- Μεσολάβηση και οργάνωση ταξιδιού
- Μεταφορά
- Διαμονή
- Διατροφή
- Άλλες ανάγκες (διασκέδαση, άθληση κοκ.)



Μαζικός Τουρισμός

- **Η σχέση κόστους, τιμής και ζήτησης στον τουρισμό**



Σχήμα 4



Τουριστική κατανάλωση (1)

Οι τουρίστες καταναλώνουν...

- Τι καταναλώνουν;
- Που και από ποιον παράγεται ό,τι καταναλώνουν οι τουρίστες;
- Σε ποιες περιπτώσεις ενισχύεται το ισοζύγιο πληρωμών από την τουριστική κατανάλωση;



Τουριστική κατανάλωση (2)

Η οικονομική φύση του εισερχόμενου τουρισμού

- Ο τουρισμός σε μια **οικονομία υποδοχής** κακώς αντιμετωπίστηκε ως «κλάδος υπηρεσιών» με βάση την γενικά ισχύουσα εθνικολογιστική θεωρία και ταξινομική πρακτική προσέγγισης των μακροοικονομικών κατηγοριών και κλάδων παραγωγής.
- Ο εισερχόμενος τουρισμός ουσιαστικά αποτελεί μια διαχρονικά ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση στην οικονομία υποδοχής.



Τουριστική κατανάλωση (3)

Ο μέσος τουρίστας πραγματοποιεί τις ακόλουθες λειτουργίες ή δραστηριότητες ως βασική προϋπόθεση της κοινωνικής του διαβίωσης στον τόπο υποδοχής

1. Χρησιμοποιεί κάποιον τύπο καταλύματος
2. Τρέφεται στα πλαίσια του 24ώρου, πράγμα που συμπεριλαμβάνει όλο το πλέγμα της αναγκαίας ποτοτροφοδοσίας
3. Μετακινείται εντός των ορίων του τόπου ή γενικότερα χώρου τουριστικής διαμονής χρησιμοποιώντας κάθε δυνατό μεταφορικό μέσο



Τουριστική κατανάλωση (4)

Ο μέσος τουρίστας πραγματοποιεί τις ακόλουθες λειτουργίες ή δραστηριότητες ως βασική προϋπόθεση της κοινωνικής του διαβίωσης στον τόπο υποδοχής

4. Ψυχαγωγείται με την ευρεία έννοια του όρου, πράγμα που περιλαμβάνει από την επίσκεψη μουσείων, πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων μέχρι την είσοδο σε καφετέριες, ταβέρνες, μπαρ και συμμετοχή σε ενέργειες αθλητικού χαρακτήρα
5. Αγοράζει παντός είδους προϊόντα και υπηρεσίες, δηλ. από σουβενίρ και είδη λαϊκής τέχνης διαφόρων υλικών (μέταλλο, ξύλο, χαρτί, ύφασμα κ.α.) μέχρι ειδικά τρόφιμα και ποτά



Τουριστική κατανάλωση (5)

- Πραγματοποιείται παραγωγή – εν μέρει μεγάλης κλίμακας – σε διάφορους κλάδους για να καλυφθεί αυτή η κατανάλωση.



Τουριστική κατανάλωση (6)

- Σε μια οικονομία όπως η ελληνική με πληθυσμό 11 εκατ. και άνω των 20 εκατ. ετήσιες αφίξεις τουριστών, η συνολική ετήσια **Εγχώρια Ιδιωτική Κατανάλωση** συντίθεται τόσο από την **Εθνική** όσο και από την επιπρόσθετη **Τουριστική Κατανάλωση**, η οποία, λόγω και του ιδιαίτερου σήμερα μεγέθους της, λειτουργεί ως σημαντική αναλυτική κατηγορία της οικονομίας



Τουριστική κατανάλωση (7)

- Για μια οικονομία, όπως η ελληνική στην οποία ενεργοποιείται ένας διαρκώς αυξανόμενος εισερχόμενος διεθνής τουρισμός, το ετήσια παραγόμενο και διατιθέμενο Ακαθάριστο Εθνικό Εισόδημα με βάση την τυπική νεοκλασική εξίσωση του εισοδήματος θα είναι:

$$Y = C + I + X - M, \quad \text{με } C: \text{ Κατανάλωση, } I: \text{ Επενδύσεις, } X: \text{ Εξαγωγές και } M: \text{ Εισαγωγές}$$

Όπου:

$$C = Cpr + Cp, \quad \text{με } Cpr: \text{ Ιδιωτική Κατανάλωση και } Cp: \text{ Δημόσια Κατανάλωση}$$

και

$$Cpr = CN + CT, \quad \text{με } CN: \text{ Εθνική Ιδιωτική Κατανάλωση και } CT: \text{ Τουριστική Κατανάλωση}$$

Επομένως:

$$C = CN + CT + Cp$$



Τουριστική κατανάλωση (8)

- Αντιπαρερχόμενοι το ζήτημα των επενδύσεων στον τουρισμό, η εξίσωση του εισοδήματος για μια χώρα υποδοχής του τουρισμού θα πρέπει επομένως να έχει την ακόλουθη διάρθρωση:

$$Y = CN + CT + Cp + I + X - M$$

Δαπάνες τουριστών ανά τύπο προϊόντος

Tourism expenditure by type of product⁽¹⁾⁽²⁾

Year ended March 2009–12

Product	Year ended March						
	2009	2010	2011	2012P	2010	2011	2012P
	\$ (million)				Annual percentage change		
Accommodation services	1,994 R	2,031 R	2,053 R	2,064	1.9 R	1.1 R	0.5
Food and beverage serving services	2,713 R	2,770 R	2,813 R	2,900	2.1 R	1.6 R	3.1
Air passenger transport	4,126 R	3,872 R	4,033 R	4,165	-6.2 R	4.2 R	3.3
Other passenger transport	2,422 R	2,409 R	2,422 R	2,400	-0.5 R	0.5 R	-0.9
Retail sales – fuel and other automotive products	2,566 R	2,464 R	2,571 R	2,744	-4.0 R	4.3 R	6.7
Retail sales – other	4,802 R	4,927 R	5,020 R	5,119	2.6 R	1.9 R	2.0
Education services	637	641	645	662	0.6	0.7	2.6
Other tourism products	1,965 R	1,983 R	2,002 R	2,039	0.9 R	0.9 R	1.9
Total tourism demand excluding GST	21,223 R	21,096 R	21,558 R	22,092	-0.6 R	2.2 R	2.5
GST paid on purchases by tourists	1,276 R	1,270 R	1,290 R	1,302	-0.4 R	1.5 R	0.9
Total tourism expenditure	22,499 R	22,366 R	22,848 R	23,394	-0.6 R	2.2 R	2.4

1. All values are in producers' prices.

2. Individual figures may not sum to stated totals due to rounding.

Symbols:

P provisional

R revised

Source: Statistics New Zealand



Βιβλιογραφία

- **Ελληνική βιβλιογραφία**

Κούτουλας, Δημήτρης (2001), Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ, διδακτορική διατριβή (Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου)

- **Ξενόγλωσση βιβλιογραφία**

Aeschbacher, Kurt, Marco Monteforte, Nicholas Rumo und Ernst Sommer (1973), *Tourismus: Entwicklungstendenzen im Tourismus und operationale touristische Planungskonzepte* (Teufen: Verlag Arthur Niggli AG)

Holloway, J. Christopher (1994), *The Business of Tourism*, 4th ed. (London: Pitman Publishing), p. 35

Hunziger, Walter und Kurt Krapf (1942), *Grundriß der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* (Zürich: Polygraphischer Verlag)

Jovicic, Zivodin (1988), "A Plea for Tourismological Theory and Methodology," *Revue de Tourisme* (no. 3), pp. 2-5

Kaspar, Claude (1991), *Die Tourismuslehre im Grundriß*, 4. Auflage (Bern & Stuttgart: Verlag Paul Haupt), S. 14

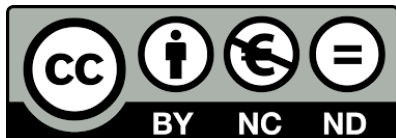
Βιβλιογραφία (2)

Laws, Eric (1991), *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives* (Cheltenham: Stanley Thornes)

Walterspiel, Georg (1956-57), *Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs: Teile I, II und III*. In: Rößle, Karl und Bernhard Pfister (Hrsg.), *Jahrbuch für Fremdenverkehr, Teil I: 4. Jahrgang, Heft 2 (Sommerhalbjahr 1956), Teil II: 5. Jahrgang, Heft 1 (Winterhalbjahr 1956/57), Teil III: 5. Jahrgang, Heft 2 (Sommerhalbjahr 1957)* (München: DWIF Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München)

Witt, Christine A. and Peter L. Wright (1992), *Tourist Motivation: Life after Maslow*. In: Johnson, Peter and Barry Thomas (eds.), *Choice and Demand in Tourism* (London: Mansell)

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημειώματα



Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση **1.0**.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Δημήτρης Κούτουλας 2015. «Εισαγωγή στον Τουρισμό και την Τουριστική Οικονομία. Βασικές έννοιες». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/courses/BMA547/>.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (1/2)

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Εικόνες/Σχήματα/Διαγράμματα/Φωτογραφίες

Σχήμα 1: Πηγή: Προσαρμοσμένο από: Seekings, John (1989), Components of Tourism (λήμμα). In: Witt, Stephen F. and Luiz Moutinho (eds.), Tourism Marketing and Management Handbook (Hemel Hempstead: Prentice Hall), p. 58

Σχήμα 2: Πηγή: Kaspar, Claude (1991), Die Tourismuslehre im Grundriß, 4. Auflage (Bern & Stuttgart: Verlag Paul Haupt), S. 14

Σχήμα 3: Πηγή: Κούτουλας, Δημήτρης (2001), Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ, διδακτορική διατριβή (Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου), σελ. 474

Σχήμα 4: Πηγή: Holloway, J. Christopher (1994), The Business of Tourism, 4th ed. (London: Pitman Publishing), p. 35



Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (2/2)

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Διαφάνεια 10,11

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>

Διαφάνεια 30

http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/tourism-satellite-account-2012/tourism-expenditure.aspx

