

Πρόλογος

ΑΥΤΗ η αναθεωρημένη έκδοση έρχεται μια δεκαετία μετά την πρώτη έκδοση. Η καθυστέρηση δεν σχετίζεται τόσο με ιδιαίτερες δυσκολίες ως προς τη συγγραφή της, όσο με τους περισπασμούς που οδήγησαν τους συγγραφείς σε άλλους τομείς έρευνας και ακαδημαϊκής γνώσης σε διάφορες χρονικές στιγμές κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Οι ποικίλοι τύποι γεγονότων, που απαιτούσαν ενίοτε την επείγουσα προσοχή των οικονομολόγων του τουρισμού, ενίσχυαν την άποψή μας για τη σημασία των οικονομικών ως κλάδου της τουριστικής έρευνας και επίσης για την εκπαίδευση των φοιτητών σχετικά με τις δυνατότητές της να ενημερώνει τις κυβερνητικές πολιτικές.

Υπήρξαν αλλαγές στο τοπίο των οικονομικών του τουρισμού κατά την περίοδο αυτή. Έχουμε καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να ενσωματώσουμε τις νέες προσεγγίσεις και ιδέες που επηρεάζουν τα οικονομικά του τουρισμού και τις πολιτικές. Ως παραδείγματα, η έκδοση αυτή περιέχει συζητήσεις για τις επιπτώσεις της οικονομίας του διαμοιρασμού, που επηρεάζουν τη διάρθρωση της βιομηχανίας σε καταλύματα και μεταφορές, και τις τεχνικές Τεχνητής Νοημοσύνης (Artificial Intelligence – AI) που χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στις τουριστικές προβλέψεις. Στο Κεφάλαιο 14 για τον τουρισμό και τις μεταφορές, αφιερώνεται περισσότερη προσοχή στις χερσαίες και θαλάσσιες μεταφορές από ό,τι στην πρώτη έκδοση, ενώ στο Κεφάλαιο 19 για την Ανταγωνιστικότητα Προορισμών δίνεται πολύ περισσότερη προσοχή σε θέματα ποιότητας ζωής των κατοίκων. Στην αναθεωρημένη έκδοση προστίθεται επίσης υλικό που καλύπτει κενά της πρώτης έκδοσης. Τα πρόσθετα κεφάλαια περιλαμβάνουν τον Μηχανισμό Τιμών (Κεφάλαιο 3), την Οικονομική Συμβολή του Τουρισμού (Κεφάλαιο 7), τον Τουρισμό και την Οικονομική Μεγέθυνση (Κεφάλαιο 17) και τη Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη (Κεφάλαιο 18), τα οποία βασίζονται σε πολλές από τις θέσεις των οικολογικών οικονομικών. Η ανάλυση κόστους - οφέλους δεν έχει πλέον το δικό της κεφάλαιο, ούτε κάποια άλλα θέματα, αλλά μεγάλο μέρος του προηγούμενου περιεχομένου κατανέμεται σε άλλα μέρη του βιβλίου. Κάθε κεφάλαιο που διατηρήθηκε από την προηγούμενη έκδοση έχει επικαιροποιηθεί και αναθεωρηθεί, όπου απαιτείται.

Ο Larry Dwyer και ο Peter Forsyth όλα αυτά τα χρόνια έχουν συγγράψει πλήθος άρθρων σχετικά με τα οικονομικά και τις πολιτικές του τουρισμού. Μεγάλο μέρος του βιβλίου αντικατοπτρίζει τον τρόπο σκέψης που έχουν φέρει στα οικονομικά του

τουρισμού κατά τη διάρκεια της σταδιοδρομίας τους. Ο Wayne Dwyer, αδελφός του Larry και ειδικός στα οικονομικά της διοίκησης, έφερε στην ομάδα πολύτιμη τεχνογνωσία στην παιδαγωγική, καθώς και αξιόπιστες γνώσεις σχετικά με την οικονομική συλλογιστική.

Οι συγγραφείς επιθυμούμε να αναγνωρίσουμε την υποστήριξη και την ενθάρρυνση πολλών συναδέλφων στη διάρκεια όλων αυτών των χρόνων. Πολλές από τις ιδέες του βιβλίου αντικατοπτρίζουν τη συμβολή αυτών των ατόμων στην προσέγγισή μας. Ελπίζουμε ότι θα μας συγχωρήσουν αν δεν αναφέρουμε ονόματα, αφού είναι αναπόφευκτο, άθελά μας, να παραλείψουμε κάποιους. Σε αυτούς τους συναδέλφους και στον μεγάλο αριθμό άλλων συναδέλφων που έχουν επηρεάσει τις απόψεις μας για τα οικονομικά του τουρισμού εκφράζουμε την ευγνωμοσύνη μας.

Ιδιαίτερη αναγνώριση οφείλουμε στους Ehsan Ahmed και Pavlina Jasovska, οι οποίοι δημιούργησαν με άρτιο τρόπο τα περισσότερα από τα διαγράμματα του κειμένου.

Βασικά, αυτό που εκτιμάται περισσότερο είναι η υποστήριξη των οικογενειών μας. Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τη Libby, την Eve, την Joan, τη Ling, την Enya και τον Jaime για την αδιάκοπη υποστήριξή τους στη δουλειά μας και τη στοργική ανοχή τους να ζουν με εργασιομανείς. Υποσχόμαστε στο εξής να αφιερώνουμε περισσότερο χρόνο για να μυρίζουμε τα λουλούδια και να μένουμε περισσότερη ώρα για ποτά. Ίσως κάνουμε και λίγο περισσότερο τουρισμό.

Larry Dwyer

Επισκέπτης Καθηγητής Έρευνας, University of Technology, Σύδνεϋ,
Griffith Institute for Tourism (GIFT) και Ljubljana University, Σλοβενία.
Πρώην Πρόεδρος της Διεθνούς Ένωσης για τα Οικονομικά του Τουρισμού
και εκλεγμένος Συνεργάτης (Fellow) και τέως Πρόεδρος της Διεθνούς Ακαδημίας
για τη Μελέτη του Τουρισμού.

Peter Forsyth

Συνεργαζόμενος (Adjunct) Καθηγητής Οικονομικών, Τμήμα Οικονομικών,
Monash University, Βικτόρια, Αυστραλία.

Wayne Dwyer

Πρώην Αναπληρωτής Καθηγητής, Σχολή Οικονομικών και Χρηματοοικονομικών,
University of Western Sydney, Αυστραλία

Πρόλογος επιμελητών

ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ του τουρισμού είναι ένα σχετικά καινούργιο πεδίο των Οικονομικών, το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να αναπτύσσεται και στην Ελλάδα. Αυτό φαίνεται και από την ίδρυση καινούργιων πανεπιστημιακών τμημάτων Τουριστικών Σπουδών στη χώρα μας, αλλά και από την αναμόρφωση των ήδη υπαρχόντων προγραμμάτων σπουδών προς πιο εξειδικευμένα τουριστικά πεδία και αντικείμενα – π.χ. εναλλακτικός τουρισμός, αγροτουρισμός κ.τ.λ. Ειδικότερα για τη χώρα μας, η ίδρυση νέων πανεπιστημιακών τμημάτων αποτελεί απόδειξη ότι ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως ένας πολύ δυναμικός κλάδος της ελληνικής οικονομίας, του οποίου η συνεισφορά στην ανάπτυξη και την απασχόληση είναι πολύ σημαντική.

Ταυτόχρονα, οι εξελίξεις και οι mega-τάσεις στον τουρισμό δείχνουν ότι το τουριστικό προϊόν καθίσταται πιο περίπλοκο και δεν είναι μόνο θάλασσα και ήλιος. Αφορά πλέον και σε πιο εξατομικευμένες υπηρεσίες, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τους την ανθρώπινη ψυχολογία, το περιβάλλον, την υγεία, τη διατροφή, τον πολιτισμό και πολλά άλλα στοιχεία. Αυτά καθιστούν απαραίτητη στον κλάδο την παρουσία εξειδικευμένων στελεχών, τα οποία θα γνωρίζουν οικονομία, διοίκηση, μάρκετινγκ, νομοθεσία, μεθόδους έρευνας κ.λπ.

Καθώς υπηρετούμε το αντικείμενο του τουρισμού στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, στην προσπάθειά μας να εντοπίσουμε τα πλέον κατάλληλα βιβλία για τους φοιτητές και τις φοιτήτριές μας, διαπιστώσαμε ότι δεν υπήρχαν εκείνα που θα παρέχουν επικαιροποιημένη γνώση, κατάλληλη για να καλύπτει τόσο τη θεωρία των οικονομικών του τουρισμού όσο και τη διεθνή εμπειρία της εφαρμογής της στον τουριστικό κλάδο. Επίσης, διαπιστώσαμε ότι δεν υπήρχε μια διαβάθμιση αυτής της γνώσης, ανάλογα με την προηγούμενη εμπειρία και τις γνώσεις οικονομικών που μπορεί να διαθέτουν ήδη ή να μη διαθέτουν ο αναγνώστης και η αναγνώστριά.

Εντοπίσαμε όμως σύγχρονα βιβλία ξένων συγγραφέων και επιλέξαμε να επιμεληθούμε για το ελληνικό αναγνωστικό κοινό τρία βιβλία οικονομικών του τουρισμού: πρόκειται για το βιβλίο του Norbert Vanhove το οποίο κυκλοφορεί από τον ίδιο εκδοτικό οίκο, τις Εκδόσεις Gutenberg, και είναι ένα βιβλίο μεσαίας δυσκολίας στα οικονομικά του τουρισμού, συνοδευόμενο από παραρτήματα οικονομικής θεωρίας και ποσοτικών μεθόδων, το βιβλίο του John Tribe, το οποίο είναι ένα ακόμα πιο απλό βιβλίο και διαθέτει συμπληρωματικό υλικό από την ελληνική τουριστική πραγματικό-

τητα, και, τρίτο κατά σειρά, το βιβλίο που αυτή τη στιγμή κρατάτε στα χέρια σας, των Larry Dwyer, Peter Forsyth και Wayne Dwyer. Αυτό το βιβλίο είναι επίσης μέτριας δυσκολίας και, εκτός από τα οικονομικά, περιέχει προτάσεις και εργαλεία πολιτικής.

Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για βιβλίο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πιο προχωρημένα έτη προπτυχιακών σπουδών, απευθυνόμενο σε φοιτητές και φοιτήτριες που διαθέτουν μια βασική γνώση οικονομικών. Εξίσου όμως θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και από μεταπτυχιακούς φοιτητές και φοιτήτριες για απόκτηση γνώσεων στα οικονομικά του τουρισμού. Ταυτόχρονα, είναι εξαιρετικό εργαλείο και βοήθημα για επαγγελματίες του τουρισμού, οι οποίοι/ες επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους αλλά και να δουν επιστημονικά τεκμηριωμένες πρακτικές και γνώσεις που οι ίδιοι/ες μπορεί να απέκτησαν εμπειρικά μέσα από τη μακροχρόνια τριβή τους με τον τουρισμό. Το κυριότερο όμως προσδοκώμενο όφελος για τους αναγνώστες και τις αναγνώστριες είναι να εξοικειωθούν με τις προτάσεις πολιτικής που προσφέρουν οι Larry Dwyer, Peter Forsyth και Wayne Dwyer μέσω του βιβλίου τους, δεδομένου ότι για κάθε οικονομικό πρόβλημα απαιτείται πρωτίστως η κατανόησή του και ακολουθεί η παράθεση προτάσεων επίλυσής του μέσα από την άσκηση πολιτικής.

Τέλος, στο παρόν βιβλίο έχει διατηρηθεί συχνά και η αγγλική ορολογία, δίπλα-δίπλα με την ελληνική, και έτσι ο αναγνώστης και η αναγνώστρια, παράλληλα με τις γνώσεις που αποκτά στην τουριστική οικονομική, εμπλουτίζει και τις γνώσεις του/της στην ξένη ορολογία. Μακροπρόθεσμα, κατά τη διάρκεια της σταδιοδρομίας τους αλλά και των πιθανών μεταπτυχιακών σπουδών τους, οι αναγνώστες και οι αναγνώστριες θα συνειδητοποιήσουν τη διττή αξία που έχει το βιβλίο από αυτή την άποψη.

Εισαγωγή

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ αποτελεί παγκοσμίως σημαντική βιομηχανία (industry) και βαρύνου-
σας σημασίας κλάδο σε πολλές οικονομίες. Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός
αναπτύσσεται και διαφοροποιείται συνεχώς για να γίνει ένας από τους μεγαλύτερους
και ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Ένας συνεχώς
διευρυμένος αριθμός προορισμών είναι διαθέσιμος, με τις συνακόλουθες επενδύσεις,
μετατρέποντας τον σύγχρονο τουρισμό σε βασικό μοχλό κοινωνικοοικονομικής
προόδου. Ο τουρισμός έχει γίνει μία από τις σημαντικότερες κατηγορίες διεθνούς
εμπορίου. Για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες (developing countries), αποτελεί μία
από τις κύριες πηγές εισοδήματος και την υπ' αριθμόν ένα κατηγορία εξαγωγών, προ-
σφέροντας έτσι θέσεις απασχόλησης (employment) που είναι πολύ αναγκαίες για τις
οικονομίες και δίνοντας ευκαιρίες για ανάπτυξη.

Μια δυναμική παγκόσμια οικονομία δημιουργεί την οικονομική βάση για συνεχή
ανάπτυξη του τοπικού και του διεθνούς τουρισμού παγκοσμίως. Η ανάπτυξη της
τουριστικής βιομηχανίας ξεπερνά σταθερά αυτήν της παγκόσμιας οικονομίας, απο-
δεικνύοντας την ανθεκτικότητα του τουρισμού ενόψει της παγκόσμιας γεωπολιτικής
αβεβαιότητας, των πανδημιών και της οικονομικής αστάθειας.

Το 2018, η άμεση, έμμεση και συνεπακόλουθη οικονομική επίδραση των ταξι-
διών και του τουρισμού ήταν:

- 8,8 τρισεκατομμύρια δολάρια συνεισφορά στο παγκόσμιο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕγχΠ) (10,4%)
- 319 εκατομμύρια θέσεις εργασίας – 1 στις 10 θέσεις εργασίας σε όλο τον κόσμο
- 1,5 τρισεκατομμύρια δολάρια σε εξαγωγές (6,5% των συνολικών εξαγωγών, 27,7% των παγκόσμιων υπηρεσιών εξαγωγών)
- 772 δισεκατομμύρια δολάρια σε επενδύσεις (4,5% των συνολικών επενδύσεων)

Μέχρι το 2027, τα ταξίδια και ο τουρισμός αναμένεται να υποστηρίξουν περισσότε-
ρες από 400 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως, αριθμός που ισοδυναμεί με
μία στις εννέα θέσεις εργασίας παγκοσμίως. Ο κλάδος προβλέπεται να συνεισφέρει
περίπου το 25% της καθαρής δημιουργίας θέσεων εργασίας σε όλο τον κόσμο κατά
την επόμενη δεκαετία (WTTC, 2019). Οι διεθνείς αφίξεις έφθασαν τα 1332 δισεκα-
τομμύρια το 2017 και υπολογίζεται ότι θα αυξάνονται τουλάχιστον κατά 4-5% ετη-

σίως έως το 2030 (UNWTO, 2018a).¹ Ο εγχώριος τουρισμός (domestic tourism), σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι κατά πολύ μεγαλύτερος από τον διεθνή τουρισμό. Αυτά τα στοιχεία αποκαλύπτουν τη σημασία της κατανόησης του ρόλου που μπορεί να διαδραματίσει η τουριστική οικονομική στη χάραξη πολιτικής.

Με το παρόν βιβλίο εγείρονται και εξετάζονται μερικά από τα πιο σημαντικά θέματα της τουριστικής οικονομικής, ενώ καταβάλλεται προσπάθεια να καλυφθεί το κάθε θέμα σε κάποιο βάθος. Μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας του τουρισμού σήμερα εκτιμά τη σπουδαιότητα της «βιώσιμης» ανάπτυξης του τουρισμού. Όποια και αν είναι η ακριβής έννοια αυτού του όρου, βασικό στοιχείο μιας βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας είναι η οικονομική βιωσιμότητα. Μερικές φορές ξεχνάμε ότι η έννοια της βιωσιμότητας έχει και οικονομική διάσταση παράλληλα με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές της διαστάσεις. Οι οικονομικές αποδόσεις έχουν ως αποτέλεσμα λιγότερη χρήση πόρων με λιγότερες αρνητικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις (environmental impacts) από τη χρήση τους. Ενώ το επίκεντρο αυτού του βιβλίου είναι η οικονομική διάσταση, οι συγγραφείς έχουν επίγνωση της σημασίας των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης και της τουριστικής δραστηριότητας. Όσο πιο σφαιρική είναι η κατανόησή μας για τα οικονομικά ζητήματα που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως αντικατοπτρίζονται στις αποφάσεις που λαμβάνονται από παράγοντες του τουρισμού, τη συμπεριφορά των τουριστών και τις πολιτικές που εφαρμόζονται από τους διαχειριστές προορισμού, τόσο πιο πιθανό είναι να επιτευχθούν οικονομικές αποδόσεις στο πλαίσιο του γενικού στόχου της βιώσιμης ανάπτυξης του κλάδου.

Σε όλο το βιβλίο, οι συγγραφείς προσπάθησαν να τονίσουν τη σημασία των ερευνών τους για την οικονομική ανάλυση και τη διαμόρφωση πολιτικής τόσο στους αναπτυγμένους όσο και τους αναπτυσσόμενους προορισμούς. Όποιος και αν είναι ο συγκεκριμένος προορισμός που επισημαίνεται στις διάφορες συζητήσεις του βιβλίου, μπορούμε να πούμε ότι η έμφαση σε συγκεκριμένους προορισμούς είναι πολύ συχνά λιγότερο σημαντική από τις ιδέες που προωθήθηκαν και τις προσεγγίσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την αντιμετώπιση προβλημάτων και ζητημάτων.

Τουριστική ζήτηση και προσφορά

Η τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση είναι το θέμα του Κεφαλαίου 1, γιατί από τη στιγμή που βρίσκεται στο επίκεντρο της οικονομικής συμβολής και των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού είναι φυσικό οι συναφείς δαπάνες να καθορίζουν τις οικονομικές επιπτώσεις του. Υπάρχουν συγκεκριμένα προβλήματα κατά την εκτίμηση της «τουριστικής» ζήτησης, δεδομένου ότι ο «τουρισμός» δεν είναι ένα αγαθό ή μια υπηρεσία

1. Οι εκτιμήσεις αυτές είχαν γίνει πριν από την εκδήλωση της πανδημίας της COVID-19 (ΣτΕ).

όπως συναντάμε σε διάφορους κλάδους. Το θέμα αυτό θα το εξετάσουμε σε επόμενα κεφάλαια.

Το κεφάλαιο διαχωρίζει τη ζήτηση για ταξίδι σε έναν προορισμό από τη ζήτηση για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία που σχετίζεται με τον τουρισμό. Εξετάζονται οι επιπτώσεις των διαφορετικών μεγεθών ελαστικότητας για την επιχειρηματική στρατηγική και τη διαχείριση προορισμού. Συζητείται η σχετική σημασία των διαφόρων ποσοτικών και ποιοτικών παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση για διεθνείς τουριστικές αφίξεις. Οι πιο εμφανείς παράγοντες περιλαμβάνουν: εισόδημα, σχετικές τιμές, κόστος μεταφοράς, συναλλαγματική ισοτιμία, έξοδα μάρκετινγκ, επίπεδα μετανάστευσης στον προορισμό υποδοχής και ποιοτικούς παράγοντες όπως χαρακτηριστικά τουριστών, εμπορικούς και πολιτιστικούς δεσμούς μεταξύ των χωρών, ελκυστικότητα προορισμού, ειδικές εκδηλώσεις, φυσικές καταστροφές και κοινωνικές απειλές.

Με την πάροδο του χρόνου, η υποδειματοποίηση της τουριστικής ζήτησης έχει εξελιχθεί περισσότερο και έχει γίνει πιο περίπλοκη, ενώ τα διαφορετικά πλαίσια μελέτης, τα διαφορετικά σύνολα δεδομένων, η χρήση διαφορετικών μεταβλητών και οι διαφορετικές τεχνικές μοντελοποίησης αποκλείουν γενικεύσεις των αποτελεσμάτων σε πολλές περιπτώσεις. Λόγω της σημασίας που έχει η καλύτερη κατανόηση της ζήτησης για διαχείριση προορισμών, το μάρκετινγκ και τους σκοπούς πολιτικής, η υποδειματοποίηση της τουριστικής ζήτησης βελτιώνεται συνεχώς με περισσότερα στοιχεία από τη βιβλιογραφία της οικονομετρίας.

Τουριστική προσφορά

Στο Κεφάλαιο 2 τονίζεται ότι η «παραγωγή» των τουριστικών επιχειρήσεων είναι είτε «αγαθά» (π.χ. είδη αγορών) είτε «υπηρεσίες» (π.χ. ξεναγήσεις) ή, το πιο πιθανό, συνδυασμοί των δύο, δεδομένου ότι οι περισσότερες τουριστικές εμπειρίες βασίζονται στην κατανάλωση ενός (υλικού) προϊόντος και μιας (άυλης) υπηρεσίας. Η τουριστική προσφορά επηρεάζεται τόσο από παράγοντες που σχετίζονται με τις τιμές όσο και από παράγοντες που δεν σχετίζονται. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν την τιμή των εισροών, το επίπεδο της τεχνολογίας, τον αριθμό των πωλητών, τις τιμές άλλων προϊόντων, τις προσδοκίες κέρδους και τις προσδοκίες για μελλοντικές τιμές, τον καιρό, τους φόρους και τις επιχορηγήσεις. Το μέγεθος της ελαστικότητας της τουριστικής προσφοράς εξαρτάται από τον βαθμό αλλαγής του κόστους εφοδιασμού καθώς μεταβάλλεται η προσφορά. Οι καμπύλες κόστους που καθορίζουν την προσφορά αντικατοπτρίζουν το ιδιωτικό κόστος των επιχειρήσεων, αγνοώντας το κοινωνικό κόστος που σχετίζεται με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την υποτιμολόγηση πολλών προϊόντων και την υπερπαραγωγή τους, ζήτημα που εξετάζεται στα Κεφάλαια 3 και 15.

Δύο άλλα θέματα περιπλέκουν τη μελέτη της τουριστικής προσφοράς. Το πρώτο είναι ότι, σε αντίθεση με πολλές άλλες βιομηχανίες που κατασκευάζουν προϊόντα ή

παράγουν υπηρεσίες, δεν υπάρχει «τουριστική βιομηχανία». Συνήθως, οι βιομηχανίες ταξινομούνται σύμφωνα με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγουν. Ωστόσο, στη συγκεκριμένη περίπτωση όλες οι βιομηχανίες συμμετέχουν σε κάποιο βαθμό στη συνολική δραστηριότητα των τουριστικών δαπανών, επειδή οι τουρίστες ξοδεύουν σε όλους τους τομείς της οικονομίας. Δεύτερον, στην περίπτωση του τουρισμού, το καθοριστικό στοιχείο δεν είναι ο τύπος του παραγόμενου εμπορεύματος, αλλά ο τύπος του καταναλωτή. Έτσι, το ίδιο προϊόν ή η ίδια υπηρεσία θα αποτελεί ή δεν θα αποτελεί μια τουριστική οικονομική δραστηριότητα ανάλογα με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του καταναλωτή, παρά με οτιδήποτε είναι εγγενές στο προϊόν ή στην υπηρεσία. Μέσω της κατάλληλης ενσωμάτωσης στη στατιστική δομή που βασίζεται στην προσφορά, μπορούν να αναγνωριστούν οι σχέσεις του τουρισμού με άλλους οικονομικούς τομείς. Αυτά τα ζητήματα εξετάζονται στο Κεφάλαιο 8, που εστιάζει στους Δορυφόρους Λογαριασμούς Τουρισμού (Tourism Satellite Accounts).

Η έννοια της αλυσίδας εφοδιασμού μπορεί να εξηγήσει πώς διαφορετικές επιχειρήσεις συνάπτουν συμβόλαια για την παροχή υπηρεσιών, προϊόντων και αγαθών, και πώς αυτά τα αγαθά μετατρέπονται σε προϊόντα σε διαφορετικά σημεία της εφοδιαστικής αλυσίδας. Πιο χρήσιμες διοικητικές επιπτώσεις προκύπτουν εάν, στα ήδη αναπτυγμένα μοντέλα, εισαχθεί μια ευρύτερη προοπτική, η οποία θα περιλαμβάνει τους στόχους της κοινότητας (στην οποία δραστηριοποιείται ο τουρισμός) και τις πρακτικές βιωσιμότητας.

Ο μηχανισμός τιμών

Στο Κεφάλαιο 3 προσδιορίζονται τα κύρια στοιχεία του μηχανισμού τιμών, μια βασική έννοια στην οικονομική επιστήμη και βάση των εφαρμοσμένων μελετών των επιπτώσεων στην παραγωγή και στο μέγεθος των μεταβολών στη ζήτηση ή την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών. Το σύστημα τιμών έχει επιπτώσεις στην οικονομική αποδοτικότητα και τη μεγιστοποίηση της ευημερίας που σχετίζεται με τις έννοιες του πλεονάσματος παραγωγού και καταναλωτή. Ο μηχανισμός τιμών, επιτρέπει την αποτελεσματική κατανομή των πόρων και τη μέγιστη ευημερία της κοινωνίας μόνο θεωρητικά.

Οι οικονομίες της αγοράς δεν αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητές τους για διάφορους λόγους. Σε αυτούς περιλαμβάνονται: η επίδραση της αγοραίας δύναμης στις τιμές, ο μύθος της κυριαρχίας των καταναλωτών, η ατελής πληροφόρηση, η διαιώνιση των οικονομικών ανισοτήτων, οι εξωτερικότητες και η οικονομική αστάθεια, καθώς και η κρατική παρέμβαση στις αγορές. Παρά τους περιορισμούς αυτούς, το σύστημα αγοράς παρέχει το βασικό πλαίσιο για την ανάλυση της τουριστικής πολιτικής σε επόμενα κεφάλαια.

Τουρισμός και δομή της αγοράς

Ο τουρισμός και η δομή της αγοράς εξετάζονται στο Κεφάλαιο 4. Η ανάλυση της δομής της αγοράς σχετίζεται με τις επιπτώσεις της διάρθρωσης της βιομηχανίας στη συμπεριφορά και την απόδοση των επιχειρήσεων. Οι τουριστικές επιχειρήσεις τείνουν να λειτουργούν σε ατελείς αγορές (γενικά, μονοπωλιακά ανταγωνιστικές αγορές ή ολιγοπωλιακές αγορές), με τις μικρότερες επιχειρήσεις να προσπαθούν να ξεχωρίσουν ανάμεσα σε άλλες μικρές επιχειρήσεις μέσω διαφοροποίησης προϊόντων, ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις δείχνουν αλληλεξάρτηση μεταξύ της τιμής και της παραγωγής τους. Ο ολιγοπωλιακός χαρακτήρας ενός μεγάλου μέρους της τουριστικής βιομηχανίας συνεπάγεται ότι οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να ελέγχουν τις αλυσίδες εφοδιασμού τους μέσω κάθετης και οριζόντιας ολοκλήρωσης και μέσω του σχηματισμού στρατηγικών συμμαχιών (alliances).

Το πλαίσιο Δομής - Συμπεριφοράς - Απόδοσης (Structure - Conduct - Performance, SCP) είναι χρήσιμο για την απόκτηση μιας συνολικής εικόνας των τουριστικών αγορών, την επισήμανση βασικών χαρακτηριστικών και τη σύλληψη βασικών σχέσεων. Η δομή της αγοράς εντός της οποίας λειτουργεί μια τουριστική επιχείρηση θεωρείται ότι επηρεάζει τη συμπεριφορά της επιχείρησης (διαδικασίες λήψης αποφάσεων), η οποία συμπεριφορά, με τη σειρά της, πιστεύεται ότι επηρεάζει την απόδοση της επιχείρησης (δυνατότητα κέρδους, αύξηση του μεριδίου αγοράς και επίτευξη αποτελεσματικότητας). Αυτή η γραμμικότητα μπορεί επίσης να λειτουργεί αντίστροφα. Η δημόσια πολιτική (συμμετοχή και επιρροή της κυβέρνησης στην αγορά) επηρεάζει τις βασικές συνθήκες ζήτησης και προσφοράς στην αγορά, επενεργώντας επί της δομής της αγοράς, επιβραβεύοντας ή απαξιώνοντας συμπεριφορές και, τελικά, επιδρώντας στην απόδοση. Μεταξύ των σημαντικών τρόπων με τους οποίους η κυβέρνηση μπορεί να ασκήσει επιρροή διαφορετικά στις τουριστικές αγορές περιλαμβάνονται οι φόροι και οι επιδοτήσεις, κανονισμοί, έλεγχοι τιμών, η νομοθεσία περί ανταγωνισμού και η παροχή πληροφοριών στους ενδιαφερόμενους φορείς του τουρισμού. Η άνοδος της από κοινού αξιοποίησης οικονομίας (sharing economy) ή της «οικονομίας πρόσβασης» (access economy) με τις νέες τεχνολογικές πλατφόρμες της αγοράς παρουσιάζει ευκαιρίες αλλά και προκλήσεις για την τουριστική προσφορά.

Στρατηγική τιμολόγηση στον τουρισμό

Η στρατηγική τιμολόγηση στον τουρισμό εξετάζεται στο Κεφάλαιο 5. Η τιμή που καθορίζει μια τουριστική επιχείρηση για τα προϊόντα της διέπεται από την αλληλεπίδραση ορισμένων παραγόντων οι οποίοι είναι εσωτερικοί και εξωτερικοί προς την επιχείρηση. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι στόχοι και το πρότυπο ιδιοκτησίας της επιχείρησης, η δομή της αγοράς στην οποία λειτουργεί, ο βαθμός ανταγωνισμού εντός της αγοράς και η θέση της επιχείρησης σε αυτήν, η εποχικότητα, η κυβερνητική

πολιτική, το μακροοικονομικό περιβάλλον, η τιμή άλλων αγαθών, οι περιορισμοί χωρητικότητας και ο βαθμός φθαρτότητας/αναλωσιμότητας των προϊόντων της.

Οι στρατηγικές τιμολόγησης (pricing strategies) με βάση το κόστος περιλαμβάνουν την τιμολόγηση με προσαύξηση (mark-up) του κόστους, την τιμολόγηση για μεγιστοποίηση του κέρδους (profit maximization), την τιμολόγηση οριακού κόστους (marginal cost pricing) και την τιμολόγηση σε περίοδο αιχμής (peak load pricing). Οι στρατηγικές τιμολόγησης με βάση την αγορά περιλαμβάνουν διάκριση τιμών (πρώτου, δεύτερου και τρίτου βαθμού), τιμολόγηση με δύο σκέλη (two part tariff), τιμολόγηση ξαφρίσματος (price skimming), τιμολόγηση διείσδυσης, επιλεκτική τιμολόγηση κάτω του κόστους (loss leader pricing),² προωθητική τιμολόγηση και τιμολόγηση δέσμης προϊόντων (bundling). Η τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό περιλαμβάνει την ηγετική θέση στη διαμόρφωση των τιμών, την επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing) και τη μεταβιβαστική τιμολόγηση (transfer pricing). Η ενίσχυση της γνώσης μας για το πώς καθορίζονται οι τιμές από τις επιχειρήσεις στους προορισμούς μπορεί να βοηθήσει στη διαμόρφωση στρατηγικών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών.

Ενώ οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται μέσω της χρήσης στρατηγικών τιμολόγησης, μπορούν επίσης να βελτιώσουν την ποιότητα των χαρακτηριστικών των αγαθών και των υπηρεσιών. Για επιλογές που αφορούν τον τρόπο ζωής, ορισμένες τουριστικές επιχειρήσεις μπορεί να επιδιώκουν στόχους μη μεγιστοποίησης κέρδους. Από την πλευρά τους, οι κυβερνήσεις μπορεί να επιδιώκουν μη κερδοσκοπικούς ή χαμηλότερου κέρδους στόχους για εκείνα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους που σχετίζονται με τον τουρισμό. Οι στρατηγικές τιμολόγησης του δημόσιου τομέα εξετάζονται στο Κεφάλαιο 12.

Τουριστική πρόβλεψη

Η τουριστική πρόβλεψη εξετάζεται στο Κεφάλαιο 6. Η πρόβλεψη βοηθά τον μακροπρόθεσμο σχεδιασμό και είναι θεμελιώδης για τον τρόπο λειτουργίας των σύγχρονων επιχειρήσεων και τη διαχείριση προορισμού. Σε αυτό το κεφάλαιο εξετάζονται, συγκρίνονται και αντιπαραβάλλονται διαφορετικές τεχνικές πρόβλεψης ζήτησης, ενώ επισημαίνονται οι επιπτώσεις τους στην τουριστική πολιτική. Η τουριστική πρόβλεψη είναι ιδιαίτερα δύσκολη γιατί το τουριστικό προϊόν είναι αναλώσιμο και άρα δεν αποθεματοποιείται, η τουριστική συμπεριφορά είναι περίπλοκη, οι άνθρωποι είναι απόλυτα συνδεδεμένοι με τη διαδικασία παραγωγής - κατανάλωσης, η ικανοποίηση των πελατών εξαρτάται από συμπληρωματικά προϊόντα και υπηρεσίες και η τουριστική ζήτηση είναι εξαιρετικά ευαίσθητη σε φυσικές και ανθρωπογενείς καταστροφές.

2. Loss leader pricing: στρατηγική μάρκετινγκ που τιμολογεί τα προϊόντα χαμηλότερα από το κόστος παραγωγής τους, προκειμένου να προσελκύσει νέους πελάτες ή να πουλήσει πρόσθετα προϊόντα σε πελάτες (ΣτΕ).

Η *ποσοτική πρόβλεψη* χρησιμοποιεί μαθηματικές τεχνικές για την πρόβλεψη των τιμών των μεταβλητών ενδιαφέροντος. Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες ποσοτικών υποδειγμάτων: τα υποδείγματα χρονοσειρών και τα υποδείγματα που είναι βασισμένα σε διαστρωματικά στοιχεία (cross sectional). Τα μεικτά υποδείγματα περιλαμβάνουν τόσο δεδομένα χρονοσειρών όσο και διαστρωματικά δεδομένα, και τα ονομάζουμε υποδείγματα διαχρονικών διαστρωματικών δεδομένων (panel). Η ποιοτική πρόβλεψη βασίζεται στις κρίσεις των ατόμων που μοιράζονται την εμπειρία τους, τις πρακτικές τους γνώσεις και τη διαίσθησή τους. Αυτές οι κρίσεις χρησιμοποιούνται συχνά για να περιορίσουν ή να αμφισβητήσουν τις ποσοτικές προβλέψεις.

Δεν υπάρχει μία μόνο τεχνική που να δίνει τα καλύτερα αποτελέσματα πρόβλεψης σε όλα τα πλαίσια. Πρόσφατα, έχουν γίνει προσπάθειες να ενισχυθεί η ακρίβεια των τουριστικών προβλέψεων με την ταυτόχρονη ενσωμάτωση ποσοτικών και ποιοτικών προσεγγίσεων. Οι συνδυαστικές προβλέψεις ως επί το πλείστον έχουν μεγαλύτερη επεξηγηματική ισχύ από τις προβλέψεις μίας μόνο προσέγγισης και τείνουν να είναι πιο ακριβείς. Μια ελπιδοφόρα νέα προσέγγιση περιλαμβάνει τεχνικές Τεχνητής Νοημοσύνης (TN) (Artificial Intelligence - AI). Τα συστήματα που βασίζονται στην TN έχουν σχεδιαστεί για να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ των δύο παραδοσιακών προσεγγίσεων, δηλαδή της ποσοτικής προσέγγισης και της ποιοτικής.

Η οικονομική συμβολή του τουρισμού και οι οικονομικές επιπτώσεις του

Η οικονομική συμβολή του τουρισμού

Η οικονομική συμβολή (economic contribution) του τουρισμού, το θέμα του Κεφαλαίου 7, αναφέρεται στη συμβολή που έχουν οι δαπάνες οι οποίες σχετίζονται με τον τουρισμό σε βασικές οικονομικές μεταβλητές.

Ο τουρισμός αυξάνει τη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών σε έναν προορισμό και μπορεί να ενισχύσει τον πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή τομέα της οικονομίας. Κάποιες από τις βασικές συνέπειες είναι: αυξημένα έσοδα πωλήσεων σε επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, τόνωση της τοπικής παραγωγής και των αποδόσεων, δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης, δημιουργία κέρδους από ξένο συνάλλαγμα (foreign exchange earnings), δημιουργία νέων επενδυτικών ευκαιριών, αυξημένα κρατικά έσοδα μέσω της φορολογίας και ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης.

Για οποιοδήποτε πλήγμα στις τουριστικές δαπάνες, η σημασία καθενός από τους παραπάνω τύπους συνεπειών εξαρτάται από τις ιδιαίτερες περιστάσεις, όπως τους περιορισμούς παραγωγικών συντελεστών, τις διαρροές εισαγωγών, τις μεταβολές στη συναλλαγματική ισοτιμία, τη λειτουργία της αγοράς εργασίας (labour market), τις αλληλεπιδράσεις της βιομηχανίας και την τρέχουσα κυβερνητική οικονομική πολιτική. Ένα ευρύ φάσμα επιδράσεων σχετίζεται με την τουριστική ανάπτυξη. Περισσότεροι άνθρωποι σε μια μεγαλύτερη παγκόσμια οικονομία έχουν ως αποτέλεσμα περισσό-

τερους τουρίστες, και περισσότεροι τουρίστες αυξάνουν την πίεση στο οικονομικό, κοινωνικοπολιτισμικό και περιβαλλοντικό πλαίσιο στο οποίο λαμβάνει χώρα ο τουρισμός. Αυτά τα ζητήματα εξετάζονται στα Κεφάλαια 17 και 18.

Μέτρηση οικονομικής συμβολής:

Δορυφόροι Λογαριασμοί Τουρισμού (ΔΛΤ)

Στο Κεφάλαιο 8 εξετάζεται το ζήτημα της μέτρησης της οικονομικής συμβολής του τουρισμού. Δυστυχώς, η ανάπτυξη στατιστικών εννοιών και πλαισίων για τον τουρισμό δεν συμβαδίζει με τις αλλαγές στη φύση και τη σημασία του τουρισμού παγκοσμίως και με τις δυνατότητές του για μελλοντική ανάπτυξη. Δεδομένου ότι ο «τουρισμός» δεν υπάρχει ως ξεχωριστός τομέας σε κανένα σύστημα οικονομικών στατιστικών ή εθνικών λογαριασμών, η αξία του για την οικονομία δεν γίνεται εύκολα αντιληπτή. Οι ΔΛΤ εξάγουν από τους εθνικούς λογαριασμούς τη συμβολή του τουρισμού σε κάθε τομέα της οικονομίας, επιτρέποντας τη μέτρηση της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ και σε άλλες οικονομικές μεταβλητές, και καθιστώντας εφικτή τη σύγκριση με άλλους οικονομικούς τομείς που αναφέρονται στους εθνικούς λογαριασμούς. Οι ΔΛΤ παρέχουν μια διεθνώς αναγνωρισμένη και τυποποιημένη μέθοδο εκτίμησης της κλίμακας και της επίδρασης των τουριστικών δαπανών και των τουριστικών επιχειρηματικών δεσμών του τουρισμού σε διάφορους τομείς (TSA RMF, 2008).

Οι ΔΛΤ αναπτύσσονται τώρα σε υπο-εθνικό επίπεδο σε ορισμένες χώρες, παρέχοντας πολύτιμα δεδομένα σχετικά με την οικονομική συμβολή του τουρισμού σε περιφερειακούς προορισμούς. Παρέχουν επίσης ένα σημείο εκκίνησης για άλλες πιο ολοκληρωμένες προσεγγίσεις για την ανάλυση της συνολικής οικονομικής επίδρασης του τουρισμού, ενώ διάφορες μετρήσεις της απόδοσης του τουρισμού μπορούν να αναπτυχθούν χρησιμοποιώντας τα δεδομένα που περιέχονται στους ΔΛΤ. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη πολύτιμων δεικτών οικονομικής απόδοσης, συμπεριλαμβανομένων μετρήσεων παραγωγικότητας, για συγκεκριμένους τουριστικούς τομείς και για τον τουριστικό κλάδο στο σύνολό του. Μια άλλη χρήση των ΔΛΤ είναι η μέτρηση του «ανθρακικού αποτυπώματος» (carbon footprint) του τουρισμού. Εάν η σχέση μεταξύ της βιομηχανικής παραγωγής και των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (ΑτΘ) είναι γνωστή, τότε είναι δυνατόν να υπολογιστούν οι εκπομπές που οφείλονται στον τουρισμό, όπως μετρούνται από τους ΔΛΤ.

Οι οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού

Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού αναφέρονται στο Κεφάλαιο 9. Αυτές αφορούν τις αλλαγές στην οικονομική συμβολή, οι οποίες προκύπτουν από συγκεκριμένα γεγονότα ή δραστηριότητες που προκαλούν «σοκ» στην τουριστική ζήτηση. Οι αναλύσεις οικονομικών επιπτώσεων εντοπίζουν τις άμεσες, έμμεσες και επαγωγικές/

παράγωγες ροές δαπανών που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα σε μια οικονομία μέσω των επιχειρήσεων, των νοικοκυριών και της κυβέρνησης για να προσδιορίσουν τις συνεπαγόμενες αλλαγές σε οικονομικές μεταβλητές όπως οι πωλήσεις, η παραγωγή, τα φορολογικά έσοδα, τα έσοδα των νοικοκυριών, η προστιθέμενη αξία και η απασχόληση. Τα συνολικά αποτελέσματα ονομάζονται «πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα» (multiplier effects). Το μέγεθός τους καθορίζει τον αντίκτυπο του τουριστικού σοκ (θετικού ή αρνητικού) σε σημαντικές οικονομικές μεταβλητές όπως στο ΑΕΠ, στην προστιθέμενη αξία, στα εισοδήματα συντελεστών και στην απασχόληση.

Η εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων απαιτεί τη χρήση οικονομικών υποδειγμάτων. Συγκεκριμένα, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα αποτελέσματα στο σύνολο της οικονομίας. Ένας αναπτυσσόμενος τουριστικός τομέας έχει την τάση να παραγκωνίζει άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας αυξάνοντας παράλληλα τις εισαγωγές. Η έκταση των αποτελεσμάτων του παραγκωνισμού εξαρτάται, με τη σειρά της, από τους περιορισμούς των συντελεστών, τις αλλαγές στη συναλλαγματική ισοτιμία, τη λειτουργία των αγορών εργασίας και το πλαίσιο μακροοικονομικής πολιτικής. Αν και χρησιμοποιούνται ευρέως, οι πολλαπλασιαστές που προκύπτουν από πίνακες εισροών - εκροών ή από μια μήτρα κοινωνικής λογιστικής (Social Accounting Matrix - SAM) μεγαλοποιούν τις οικονομικές επιπτώσεις, λόγω των περιοριστικών τους παραδοχών που αγνοούν τα αποτελέσματα των αλλαγών στις τιμές εισροών και εκροών, τις αλλαγές στη συναλλαγματική ισοτιμία και την επίδραση της κυβερνητικής δημοσιονομικής πολιτικής.

Η πιο εξελιγμένη τεχνική για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων των τουριστικών σοκ είναι το μοντέλο υπολογίσιμης γενικής ισορροπίας (Computable General Equilibrium - CGE). Τα μοντέλα CGE καθοδηγούν τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σε διάφορα σενάρια που προκύπτουν από μια σειρά εγχώριων ή διεθνών αναταράξεων ή εναλλακτικών επιλογών πολιτικής. Μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να επιτρέπουν εναλλακτικές συνθήκες, όπως ευέλικτες ή σταθερές τιμές, εναλλακτικά καθεστώτα συναλλαγματικών ισοτιμιών, διαφορές στον βαθμό κινητικότητας των συντελεστών παραγωγής και διαφορετικούς τύπους ανταγωνισμού. Τα μοντέλα CGE χρησιμοποιούνται πλέον όλο και περισσότερο στην ανάλυση της οικονομίας του τουρισμού και στη διαμόρφωση πολιτικής.

Οικονομική αξιολόγηση ειδικών εκδηλώσεων

Το Κεφάλαιο 10 αναφέρεται στην εκτίμηση των επιπτώσεων των ειδικών εκδηλώσεων (special events). Οι ειδικές εκδηλώσεις παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες ψυχαγωγίας για τους κατοίκους μιας περιοχής και αυξάνουν τις ευκαιρίες για καινούργιες δαπάνες (new expenditure) εντός μιας περιοχής υποδοχής, προσελκύοντας σε αυτήν επισκέπτες. Μπορούν, επίσης, να τονώσουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, να δημιουργήσουν εισόδημα και θέσεις εργασίας βραχυπρόθεσμα και να οδηγήσουν σε αύξηση της επισκεψιμότητας και των σχετικών επενδύσεων μακροπρόθεσμα. Σε πολλούς προο-

ρισμούς, αποτελούν θεμελιώδη συνιστώσα της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, αναγνωρίζεται ότι οι ειδικές εκδηλώσεις δημιουργούν δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις, όπως διάφορες μορφές ρύπανσης και υψηλό ανθρακικό αποτύπωμα, αλλά και δυσμενείς κοινωνικές επιπτώσεις, όπως συμφόρηση και συνωστισμό, διαταραχή των τοπικών επιχειρήσεων και αντιδράσεις της εκάστοτε κοινότητας.

Στο κεφάλαιο τονίζεται ότι τα μοντέλα οικονομικής αξιολόγησης που χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση των οικονομικών επιδράσεων των μεγάλων γεγονότων πρέπει να αντικατοπτρίζουν τις σύγχρονες εξελίξεις στην οικονομική ανάλυση. Υπάρχουν πολλές πιθανές επιδράσεις των εκδηλώσεων που συχνά αγνοούνται στην τυπική ανάλυση οικονομικών επιδράσεων. Οι αξιολογήσεις εκδηλώσεων πρέπει να περιλαμβάνουν όχι μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Υποστηρίζεται επίσης ότι ο ρόλος του μοντέλου CGE πρέπει να είναι μεγαλύτερος, παράλληλα με την ανάλυση κόστους - οφέλους (Cost-Benefit Analysis - CBA). Αυτές οι προσεγγίσεις εστιάζουν σε διαφορετικές αλλά ουσιαστικές πτυχές του προβλήματος αξιολόγησης. Συνεπώς, προτείνεται μια ολιστική προσέγγιση που να είναι αρκετά ευέλικτη, ώστε να ληφθούν υπόψη οι αλλαγές στις διαδικασίες και τις τεχνικές αξιολόγησης των εκδηλώσεων, καθώς η έρευνα εξελίσσεται σε αυτόν τον τομέα.

Τουριστική επένδυση και φορολογία

Επένδυση από τουριστικές επιχειρήσεις

Στο Κεφάλαιο 11 εξετάζονται θέματα τουριστικών επενδύσεων. Η ισχυρή, συνεχής τουριστική επένδυση (investment) είναι ζωτικής σημασίας για έναν ισχυρό, επιτυχημένο τουριστικό τομέα. Τα ευρύτερα εθνικά και περιφερειακά οφέλη που προέρχονται από ένα ευνοϊκότερο κλίμα τουριστικών επενδύσεων περιλαμβάνουν: οικονομική ανάπτυξη (economic development), δημιουργία θέσεων εργασίας, αξιοποίηση των εγχώριων πόρων –ιδίως των ανανεώσιμων–, απόκτηση δεξιοτήτων, επέκταση των εξαγωγών, ανάπτυξη απομακρυσμένων περιοχών της χώρας και διευκόλυνση της αυξημένης αίσθησης ιδιοκτησίας των επενδύσεων από τους πολίτες ενός κράτους.

Γίνεται επίσης συζήτηση για τον κίνδυνο και την αβεβαιότητα που συνήθως συνοδεύουν τη λήψη αποφάσεων για τουριστικές επενδύσεις γενικά και εξετάζονται οι διάφορες τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της απόδοσης των τουριστικών επενδύσεων. Από τους διάφορους τύπους κριτηρίων αποδοχής - απόρριψης, η μέθοδος της καθαρής παρούσας αξίας (Net Present Value) προτιμάται για εννοιολογικούς λόγους. Όπως ισχύει και σε άλλες επιχειρήσεις, και οι τουριστικές επιχειρήσεις στον τουριστικό κλάδο πρέπει να τηρούν τις βέλτιστες πρακτικές για να μεγιστοποιούν την καθαρή απόδοση από τις επενδύσεις.

Στο Κεφάλαιο 11 εξετάζονται επίσης θέματα που αφορούν τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ/Foreign Direct Investment - FDI) στον τουρισμό. Οι ΑΞΕ περιλαμβάνουν κάποιο στοιχείο κυριότητας ή ελέγχου των τουριστικών περιουσιακών στοι-

χείων. Τα διάφορα κίνητρα για άμεσες ξένες τουριστικές επενδύσεις σχετίζονται με πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας (ownership advantages), πλεονεκτήματα τοποθεσίας (location advantages) και πλεονεκτήματα εσωτερικοποίησης της αγοράς (market internalization advantages). Η έκταση του κόστους και του οφέλους των ΑΞΕ σε έναν προορισμό υποδοχής θα ποικίλλει σημαντικά από περίπτωση σε περίπτωση. Οι άμεσες ξένες τουριστικές επενδύσεις θεωρούνται καλύτερα ως συμπληρωματικές παρά ως υποκατάστατο των εγχώριων τουριστικών επενδύσεων. Οι στρατηγικές που αφορούν τη συμμετοχή των ΑΞΕ και των πολυεθνικών επιχειρήσεων (Multinational Enterprise - MNE) στον τουρισμό πρέπει να εξεταστούν προσεκτικά στο πλαίσιο των συνολικών αναπτυξιακών στρατηγικών, σταθμίζοντας τα κοινωνικοοικονομικά οφέλη που προκύπτουν έναντι της πιθανής μειωμένης συμβολής του τουρισμού στην οικονομία.

Επένδυση σε τουριστικές υποδομές

Στο Κεφάλαιο 12 εξετάζονται προβλήματα παροχής δημόσιων υποδομών για την υποστήριξη της τουριστικής ανάπτυξης. Η λειτουργία τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών σε έναν προορισμό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποσότητα και την ποιότητα των υποδομών σε αυτόν τον προορισμό. Οι επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές (tourism infrastructure) συμβάλλουν στην ανάπτυξη και μεγέθυνση της τουριστικής δυναμικότητας, στηρίζουν τη μακροπρόθεσμη τουριστική ανάπτυξη και ενισχύουν τη συνολική ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού.

Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται αύξηση των αναπτυγμένων οικονομιών στην παροχή υποδομών από ιδιώτες, ιδίως όσον αφορά τους αερολιμένες (airports), τους τερματικούς σταθμούς (terminals), τις οδικές συνδέσεις (road links) και τους σιδηροδρόμους (rail). Υπάρχει επίσης πολλαπλασιασμός Συμπράξεων Δημόσιου - Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ/Public-Private Partnerships - P³), στις οποίες η κυβέρνηση καθορίζει τους όρους της σύμβασης και μπορεί να γίνει ο τελικός ιδιοκτήτης μιας εγκατάστασης, την οποία όμως χτίζει, ίσως και λειτουργεί ο ιδιωτικός τομέας. Οι τουριστικές υποδομές αντιμετωπίζουν συνήθως ζητήματα δυναμικότητας και αποτελεσματικότητας (efficiency). Όταν η ζήτηση αγγίζει το απόλυτο όριο χωρητικότητας, μπορεί να σημειωθεί συμφόρηση, της οποίας αποτέλεσμα είναι η πιθανή υποβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών, καθώς δημιουργείται συνωστισμός, επιμηκύνονται οι ουρές και αυξάνονται οι καθυστερήσεις.

Όταν η τουριστική υποδομή επιδεικνύει μονοπωλιακή ισχύ, μπορεί να είναι απαραίτητο να ρυθμιστούν οι τιμές που χρεώνονται. Τέσσερις στρατηγικές τιμολόγησης των δημόσιων υπηρεσιών κοινής ωφέλειας είναι: (α) τιμολόγηση μεγιστοποίησης κέρδους (profit maximizing pricing), (β) οριακή τιμολόγηση (marginal cost pricing), (γ) τιμολόγηση μέσου κόστους (νεκρού σημείου) [average cost (break - even) pricing] και (δ) τιμολόγηση κάτω του κόστους (επιδότηση) [below - cost pricing (subsidy)]. Ωστόσο, σύμφωνα με ορισμένα συστήματα τιμολόγησης, η ρυθμιζόμενη υπηρεσία που προκύπτει μπορεί να είναι κακή και ανεπαρκής από άποψη επένδυσης. Εάν η

τουριστική δυναμικότητα είναι περιορισμένη λόγω περιβαλλοντικών περιορισμών, πρέπει να διασφαλιστεί ότι η διαθέσιμη δυναμικότητα χρησιμοποιείται όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερα.

Η παροχή τέτοιων επαρκών υποδομών και η συντήρησή τους μπορεί να αποτελέσει ιδιαίτερο πρόβλημα για τις αναπτυσσόμενες χώρες, λόγω έλλειψης τοπικών επενδύσεων, περιορισμών στα τοπικά νομικά συστήματα και πιέσεων από τις δωρεάν-τριες χώρες, οι οποίες παρέχουν τα κεφάλαια.

Φορολογία και τουρισμός

Στο Κεφάλαιο 13 παρουσιάζεται το θέμα για τη φορολογία (taxation) του τουρισμού. Ένα καλά σχεδιασμένο σύστημα τουριστικής φορολογίας μπορεί να ωφελήσει τους κατοίκους ενός προορισμού συμβάλλοντας στη χρηματοδότηση επενδύσεων σε δημόσιες υποδομές, επεκτείνοντας και διαφοροποιώντας τη φορολογική βάση, αποτρέποντας τη συρρίκνωση της φορολογικής βάσης, μετατοπίζοντας τη φορολογική επιβάρυνση στους μη μόνιμους κατοίκους, αποκαθιστώντας τις δυσλειτουργίες της αγοράς (market failure) και υποστηρίζοντας την παροχή δημόσιων αγαθών. Οι φόροι βοηθούν επίσης την κοινότητα να συμμετέχει στα υψηλά επιχειρηματικά κέρδη. Από την άλλη πλευρά, οι τουριστικοί φόροι μπορεί να επιβαρύνουν με δαπάνες έναν προορισμό, με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της οικονομικής δραστηριότητας, την απώλεια αποτελεσματικότητας (deadweight loss) στην κοινωνία και την επιβολή αντιποίνων από άλλους προορισμούς. Η μειωμένη ανταγωνιστικότητα των τιμών ενός τουριστικού προορισμού μετά την επιβολή γενικών ή ειδικών φόρων μπορεί να είναι τόσο, ώστε να μειώσει την οικονομική συμβολή του τουρισμού στην ευρύτερη οικονομία. Σε πολλούς προορισμούς επιβάλλονται φόροι τόσο στους τουρίστες όσο και στις τουριστικές επιχειρήσεις με διαφορετικούς συντελεστές, κατά τρόπο πρόχειρο και αποσπασματικό, χωρίς να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη οι οικονομικές και κοινωνικές τους συνέπειες. Το αποτέλεσμα είναι οι αναποτελεσματικά υψηλές εισφορές υπέρ του τουρισμού, που μπορεί να είναι ορθολογικές από την άποψη της κάθε χώρας ή της δικαιοδοσίας, ενδέχεται όμως να είναι πολύ υψηλές από πλευράς μιας γενικότερης, παγκόσμιας ευημερίας.

Τα καθαρά οφέλη (net benefits) από την τουριστική ανάπτυξη εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο με τον οποίο ένας προορισμός σχεδιάζει το σύστημα δημόσιων οικονομικών/εσόδων του για να φορολογεί τα ταξίδια και τον τουρισμό. Στο Κεφάλαιο 13, και στην ενότητα «Αρχές έξυπνης φορολόγησης», παρέχεται μια χρήσιμη συμβολή του κλάδου στην αξιολόγηση των επιπτώσεων διαφορετικών προτάσεων για τη φορολόγηση του τουρισμού. Δεδομένης της αυξανόμενης σημασίας της φορολογίας του τουρισμού, τόσο στις αναπτυσσόμενες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες, απαιτείται μεγαλύτερη κατανόηση των οικονομικών θεμάτων της φορολογίας του τουρισμού και των επιπτώσεών της, έτσι ώστε αφενός να καταστεί δυνατή η υποδειγματοποίησή της και, αφετέρου, η διαμόρφωση των κατάλληλων πολιτικών της.

Τουρισμός και μεταφορές

Στο Κεφάλαιο 14 τονίζεται ότι οι μεταφορές και ο τουρισμός είναι συμπληρωματικές βιομηχανίες, καθώς και οι δύο επωφελούνται και προωθούν την τουριστική επέκταση. Η ποιότητα του δικτύου μεταφορών προς έναν προορισμό και εντός αυτού επηρεάζει σημαντικά την επιλογή προορισμού. Τα μέσα μεταφοράς περιλαμβάνουν τις μεταφορές μέσω αέρα, νερού και επιφάνειας γης (οδικές και σιδηροδρομικές), καθιστώντας δυνατή την παροχή διαφόρων τύπων μεταφορικών μέσων. Πάροχοι είναι τόσο ο δημόσιος όσο και ο ιδιωτικός τομέας, και μερικές φορές και οι δύο ταυτόχρονα (Σύμπραξη Δημόσιου - Ιδιωτικού Τομέα - ΣΔΙΤ).

Χωρίς επαρκείς συγκοινωνιακές συνδέσεις, οι φορείς εκμετάλλευσης και οι κοινότητες υποδοχής δεν μπορούν να αποκομίσουν τα οικονομικά οφέλη μιας ακμάζουσας τουριστικής βιομηχανίας ή να αναπτύξουν τις τοπικές τους οικονομίες. Τα αποτελεσματικά δίκτυα μεταφορών λειτουργούν ως καταλύτης για την ανάπτυξη και την εξέλιξη των προορισμών. Η διατροφικότητα μπορεί να μην επιτυγχάνεται όταν οι φορείς εκμετάλλευσης των διαφόρων μέσων που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες –η αεροπορική εταιρεία, η εταιρεία σιδηροδρόμων, η υπηρεσία λεωφορείων και οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων– είναι όλες διαφορετικές εταιρείες που δεν συντονίζουν απαραίτητα τις υπηρεσίες τους.

Με την εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των έξυπνων κινητών τηλεφώνων, οι τουρίστες κάνουν αυξημένη χρήση των μεταφορών κοινής χρήσης (shared transport), ιδίως σε αστικές περιοχές αλλά και για ταξίδια μεταξύ αστικών περιοχών. Η άνοδος της συμμετοχικής οικονομίας (sharing economy) ή της «οικονομίας πρόσβασης» (access economy), με τις νέες τεχνολογικές πλατφόρμες της αγοράς, θα συνεχίσει να αλλάζει τις τάσεις των τουριστικών ταξιδιών, παρουσιάζοντας ευκαιρίες αλλά και προκλήσεις για τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών.

Η ταχεία επέκταση του τουρισμού κρουαζιέρας οφείλεται επίσης στην προσδοκία, από την πλευρά των διαχειριστών προορισμού και των κοινοτήτων, ότι η παροχή υποδομών για τη φιλοξενία του τουρισμού κρουαζιέρας αποφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη. Ωστόσο, η οικονομική συνεισφορά στις τοπικές οικονομίες των λιμένων προορισμού ενδεχομένως να μην είναι τόσο μεγάλη όσο αναμένεται, ενώ αντίθετα το κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος μπορεί να είναι υψηλό.

Για ταξίδια μεγάλων αποστάσεων, η αεροπορική μεταφορά είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος. Προϊσχύσαντες περιοριστικοί κανονισμοί εξασφάλισαν την κερδοφορία και τη σταθερότητα του αεροπορικού τομέα, αλλά αποθάρρυναν τον τουρισμό. Με την πάροδο του χρόνου, οι κυβερνήσεις έχουν εφαρμόσει λιγότερο περιοριστικές ρυθμίσεις στις αεροπορικές μεταφορές, οδηγώντας σε μεγαλύτερο ανταγωνισμό, χαμηλότερους ναύλους και μεγαλύτερα ταξίδια, προς όφελος του τουριστικού τομέα. Το αποτέλεσμα ήταν η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού μεγάλων αποστάσεων, παράλληλα με το αυξανόμενο μερίδιο αγοράς των αεροπορικών μεταφορών σε ταξίδια μεσαίας, ακόμη και μικρής απόστασης. Η ανάπτυξη συμμαχιών

(alliances) μεταξύ φαινομενικά ανεξάρτητων αεροπορικών εταιρειών τους επέτρεψε να δημιουργήσουν ένα ευρύτερο δίκτυο και υπηρεσίες. Παράλληλα, οι συμμαχίες αυτές έχουν κόστος για τις μεμονωμένες αεροπορικές εταιρείες, αλλά γενικά τα οφέλη φαίνεται να υπερτερούν των σχετικών δαπανών. Οι αρχές ανταγωνισμού δίνουν τώρα μεγαλύτερη προσοχή στις τουριστικές επιπτώσεις των συγχωνεύσεων (merger) και των συμμαχιών αεροπορικών εταιρειών.

Οι νέες τεχνολογίες μεταφορών γίνονται όλο και πιο περίπλοκες και οι κυβερνήσεις βρίσκονται συχνά σε θέση όπου οι δημοσιονομικοί περιορισμοί και η έλλειψη τεχνογνωσίας τις εμποδίζουν να εφαρμόσουν τις τεχνολογίες αυτές άμεσα. Είναι επομένως πιθανό τα μελλοντικά συστήματα μεταφορών να είναι το αποτέλεσμα ιδιωτικών πρωτοβουλιών ή ΣΔΙΤ, με την αγορά (ζήτηση μεταφορών) να είναι ο τελικός κριτής του πραγματικού δυναμικού μιας νέας τεχνολογίας μεταφορών.

Τουρισμός και περιβάλλον

Εκτιμώντας τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού

Στο Κεφάλαιο 15 διερευνώνται θέματα αναφορικά με τον σεβασμό στο περιβάλλον, το οποίο είναι σημαντικό για την προσέλκυση τουριστικών ροών με τις επακόλουθες οικονομικές επιπτώσεις της. Η διατήρηση πολύτιμων περιβαλλοντικών χαρακτηριστικών μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της τουριστικής επισκεψιμότητας και της συμβολής του τουρισμού στην οικονομία. Ο υπερτουρισμός (overtourism), ωστόσο, μπορεί να καταστρέψει τον πόρο που προσελκύει τους επισκέπτες.

Εάν δεν υπάρχουν αγορές για ορισμένους πολύτιμους πόρους και προϊόντα ή εάν οι αγορές δεν λειτουργούν σωστά, η κατανομή πόρων που θα προκύψει δεν θα είναι η βέλτιστη. Τρεις σημαντικές πηγές δυσλειτουργίας της αγοράς, που σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις οι οποίες συνδέονται με τον τουρισμό, περιλαμβάνουν την έλλειψη δικαιωμάτων ιδιοκτησίας για περιβαλλοντικούς πόρους, τα δημόσια αγαθά και τους εξωτερικούς παράγοντες. Το αναπόφευκτο αποτέλεσμα είναι η υπερβολική χρήση, η κατάχρηση, η συμφόρηση και η υποβάθμιση της ποιότητας των ολοένα και πιο σπάνιων περιβαλλοντικών πόρων. Συχνά απαιτείται συλλογική δράση για την παροχή πολύτιμων αγαθών σε επαρκείς ποσότητες.

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας μπορούν να μετρηθούν είτε άμεσα (μέσω των προφανών επιπτώσεών τους στις τιμές της αγοράς) είτε έμμεσα (μέσω της κατασκευής τιμών κατά προσέγγιση).

Η συνολική οικονομική αξία μιας τουριστικής περιβαλλοντικής εγκατάστασης αποτελείται από την αξία χρήσης (use value) και την αξία μη χρήσης (non-use value). Η αξία μη χρήσης περιλαμβάνει την αξία επιλογής, την οιονεί επιλογή (quasi-option), την αξία ύπαρξης, την αξία κληροδοτήματος και την έμμεση (vicarious) αξία. Στο Κεφάλαιο 15 περιγράφονται διάφορες διαθέσιμες τεχνικές μέτρησης για την εκτίμηση του περιβάλλοντος σε τουριστικά πλαίσια, οι οποίες μάλιστα μπορούν να χρησι-

μοποιηθούν και για τεκμηριωμένη χάραξη πολιτικής. Οι μέθοδοι αποκαλυφθείσας προτίμησης (revealed preference methods) τείνουν να είναι οι πιο αξιόπιστες, αλλά οι μέθοδοι δεδηλωμένων προτιμήσεων μπορούν να εφαρμοστούν σε περισσότερες καταστάσεις και να δημιουργήσουν περισσότερα δεδομένα. Διαβουλευτικές προσεγγίσεις για την αποτίμηση έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και την αντίληψη νομιμότητας της χάραξης πολιτικής, λόγω της αυξημένης συμμετοχής του κοινού. Οι τεκμαρτές τεχνικές αποτίμησης (imputed valuation) είναι ιδιαίτερα χρήσιμες όταν οι άνθρωποι στην πραγματικότητα ξοδεύουν χρήματα για να αποτρέψουν την απώλεια μιας περιβαλλοντικής εγκατάστασης. Λόγω των περιορισμένων δεδομένων, μπορεί να είναι σκόπιμο να χρησιμοποιηθεί ένας συνδυασμός τεχνικών για τη μέτρηση των διαφόρων περιβαλλοντικών συνεπειών που σχετίζονται με κάποια τουριστική δραστηριότητα.

Οικονομικά μέσα και περιβαλλοντική προστασία στον τουρισμό

Στο Κεφάλαιο 16 γίνεται αναφορά σε οικονομικά μέσα για τη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας, με μεγάλο μέρος να εστιάζει στις πολιτικές για τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής επισκεψιμότητας ή/και της παραγωγής προϊόντων που αγοράζονται από τους τουρίστες. Αγορακεντρικά μέσα (market-based instruments), όπως διαπραγματεύσεις (bargaining), συγχωνεύσεις (merger), άμεσοι έλεγχοι, φόρος επί της παραγωγής (tax on output), φόρος ρύπανσης (tax on pollution), επιδοτήσεις (subsidies) και αγορά δικαιωμάτων ρύπανσης (market for pollution rights), παρέχουν ένα ισχυρό και συνεχές κίνητρο για επενδύσεις σε έρευνα για τεχνολογία μείωσης της ρύπανσης, ανάπτυξη και εγκατάστασή της, καθώς και σε επιχειρηματικές προσπάθειες για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης. Τα συμπληρωματικά μέσα περιλαμβάνουν την τεχνολογική ανάπτυξη και την ενεργειακή απόδοση, την εκπαίδευση και την ενημέρωση, την υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον επιχειρηματικών μοντέλων και κωδικών δεοντολογίας προμηθευτών και επισκεπτών.

Ο τουριστικός τομέας συμβάλλει στην κλιματική αλλαγή μέσω των εκπομπών άνθρακα για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Η κλιματική αλλαγή, με τη σειρά της, έχει σημαντικές και αυξανόμενες επιπτώσεις στις τουριστικές ροές, μετατοπίζοντας τα μερίδια αγοράς των εγχώριων και διεθνών προορισμών. Ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής ως μέρος της ευρύτερης δέσμευσής του στη βιώσιμη ανάπτυξη και στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ/United Nations Sustainable Development Goals - SDGs) των Ηνωμένων Εθνών. Δύο σημαντικές προκλήσεις που πρέπει να ξεπεραστούν για να προωθηθεί η μεγαλύτερη χρήση των οικονομικών μέσων για την προστασία του περιβάλλοντος (environmental protection) σε τουριστικά πλαίσια είναι η αντιμετώπιση της αβεβαιότητας των πληροφοριών και η ανάπτυξη των περιβαλλοντικών δεικτών.

Τουρισμός, ανάπτυξη και βιωσιμότητα

Τουρισμός και οικονομική ανάπτυξη

Ο τουρισμός και η οικονομική ανάπτυξη (economic development) είναι το θέμα του Κεφαλαίου 17. Ο τουρισμός συνεχίζει να αναπτύσσεται παγκοσμίως, καθοδηγούμενος από οικονομικές, δημογραφικές, τεχνολογικές, κοινωνικοοικονομικές και πολιτιστικές δυνάμεις, τόσο από πλευράς ζήτησης όσο και από πλευράς προσφοράς. Οι αιτίες και οι επιπτώσεις της μελλοντικής ανάπτυξης του τουρισμού, από την πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς, πρέπει να γίνουν κατανοητές από τους ενδιαφερόμενους φορείς του τουρισμού τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες.

Η μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη εξετάζεται χρησιμοποιώντας το υπόδειγμα της συνολικής ζήτησης/συνολικής προσφοράς (Aggregate Demand/Aggregate Supply - AD/AS). Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, η οικονομική ανάπτυξη προκαλείται από δύο βασικούς παράγοντες – την αύξηση της συνολικής ζήτησης και την αύξηση της συνολικής προσφοράς (παραγωγική ικανότητα). Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν τη μακροπρόθεσμη συνολική προσφορά (Long-run Aggregate Supply - LAS) είναι το απόθεμα των πόρων μιας χώρας και η παραγωγικότητα (productivity) αυτών των συντελεστών παραγωγής (εργασία, γη και κεφάλαιο). Η αύξηση της παραγωγικότητας είναι ένα από τα πιο σημαντικά μέσα για την επίτευξη βιώσιμης, μακροπρόθεσμης ανάπτυξης στο υλικό βιοτικό επίπεδο ενός προορισμού. Η αυξημένη παραγωγικότητα αυξάνει αντίστοιχα και τη δύναμη μιας οικονομίας μέσω της ώθησης της οικονομικής ανάπτυξης και της ικανοποίησης περισσότερων ανθρώπινων αναγκών με τους ίδιους πόρους.

Έχει ξεκινήσει μια συζήτηση σχετικά με το κατά πόσο ο τουρισμός αποτελεί πρωταρχικά καταλύτη για την ανάπτυξη, αυξάνοντας το ΑΕΠ των προορισμών (ανάπτυξη που στηρίζεται στον τουρισμό/Tourism-Led Growth - TLG) ή εάν η τουριστική ανάπτυξη είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα της οικονομικής ανάπτυξης στην εγχώρια ή τη διεθνή οικονομία (τουρισμός που στηρίζεται στην ανάπτυξη/Growth-Led Tourism - GLT). Τα στοιχεία δείχνουν ότι ισχύουν και τα δύο. Ανάλογα με το περιβάλλον, τόσο η ανάπτυξη που στηρίζεται στον τουρισμό (TLG) όσο και ο τουρισμός που στηρίζεται στην ανάπτυξη (GLT) μπορούν να συνυπάρχουν σε οποιονδήποτε προορισμό ανά πάσα στιγμή. Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη και τη μείωση της φτώχειας (poverty), ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλά εισοδήματα. Η ικανότητα του τομέα να δημιουργεί θέσεις εργασίας και εισόδημα λόγω των διασυνδέσεών του με τα προηγούμενα και τα επόμενα στάδια της παραγωγής τον καθιστά σημαντικό για την οικονομική διαφοροποίηση και την οικονομική ανάπτυξη.

Δεδομένου ότι η επέκταση και η ανάπτυξη δεν συνδέονται πάντοτε, η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να οριστεί ως προς τη βελτίωση της βιώσιμης ανθρώπινης ευημερίας