

Τουρίστας

Ο παράγοντας «άνθρωπος» αποτελεί την ουσιαστική βάση της τουριστικής οικονομίας, γιατί σε αυτόν γεννιούνται οι τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και γιατί αυτός με τη βοήθεια της τουριστικής οικονομίας προσπαθεί να τις ικανοποιήσει στο μέτρο του εφικτού. Προϋπόθεση όμως για την ύπαρξη της τουριστικής οικονομίας είναι και η ύπαρξη ενός σεβαστού αριθμού ανθρώπων, που έχουν λίγο-πολύ τις ίδιες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και που επιδιώκουν διαχρονικά να τις ικανοποιήσουν. Αυτούς ακριβώς τους ανθρώπους χαρακτηρίζει κανείς σαν τουρίστες.

Οι τουρίστες αποτελούν ένα στοιχείο που διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην όλη προσπάθεια ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, γι' αυτό και εξέτασή του κρίνεται αναγκαία στο πλαίσιο της. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται μια χώρα, τόσο μεγαλύτερη είναι η προοπτική για αύξηση της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και της κατανάλωσης ή χρήσης τους αντίστοιχα.

Πρώτα απ' όλα λοιπόν θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι τουρίστες δεν είναι όλοι οι άνθρωποι που έχουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, αλλά μόνο εκείνοι που θέλουν να τις ικανοποιήσουν και μπορούν όμως να το κάνουν αυτό, δηλαδή όλοι αυτοί που διαθέτουν τα απαραίτητα μέσα για να τις ικανοποιήσουν. Κατά συνέπεια, ένας άνθρωπος μπορεί να χαρακτηριστεί σαν τουρίστας πριν αρχίσει η διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών του αναγκών ή επιθυμιών.

Έτσι λοιπόν, η Εθνική Αναθεωρητική Επιτροπή Τουριστικών Πόρων όρισε σαν τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό, οποιοδήποτε άτομο φεύγει από το σπίτι του με σκοπό να επισκεφτεί κάποιο μέρος που απέχει τουλάχιστον 50 μίλια από αυτό (80,48 χιλιόμετρα) για επαγγελματικούς λόγους, για ευχαρίστηση, για προσωπικές υποθέσεις ή για οποιοδήποτε άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της καθημερινής μετάβασής του με δημόσιο ή ιδιωτικό μεταφορικό μέσο στον τόπο της εργασίας του και αντίστροφα. Για έναν ντόπιο τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό, δεν είναι απαραίτητο να παραμείνει στον τόπο που επισκέπτεται τουλάχιστο εκεί ή αν δεν το επιθυμεί να επιστρέψει αυθημερόν σπίτι του.

Τουριστικό προϊόν

Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των μελών μιας σύγχρονης κοινωνίας προϋποθέτει την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή υλικών προϊόντων, δηλαδή 11 υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα η διαμονή σε ξενοδοχείο και η ψυχαγωγία των τουριστών. Στα άυλα τουριστικά προϊόντα συμπεριλαμβάνονται και διάφορες καταστάσεις ή μορφές ενέργειας, όπως είναι για παράδειγμα το ηλεκτρικό φως, ο κλιματισμός, η κεντρική θέρμανση, η τηλεφωνική επικοινωνία κτλ. Στοιχεία όμως που είναι απαραίτητα για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας.

Πολλά από τα προϊόντα που χρειάζεται ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες βρίσκονται ελεύθερα στη φύση, όπως το φως και η θερμότητα του ήλιου, το οξυγόνο του ατμοσφαιρικού αέρα, η δροσιά κλπ. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται συνήθως σαν ελεύθερα προϊόντα και δεν αποτελούν αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα της οικονομικής.

Τουριστικές επιχειρήσεις.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι παραγωγικές μονάδες με νομική ή χωρίς προσωπικότητα, στις οποίες ένα ή περισσότερα άτομα παίρνουν αποφάσεις σχετικά με την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Με τις αποφάσεις αυτές των τουριστικών επιχειρήσεων προσδιορίζεται τι τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν εκ μέρους τους, σε τι ποσότητες, ποιότητες και ποικιλίες, με ποια παραγωγική διαδικασία, σε τι τιμή θα πουληθούν, σε ποιο μέρος θα εγκατασταθεί η τουριστική επιχείρηση και διάφορα άλλα μικρότερης σημασίας προβλήματα της τουριστικής επιχείρησης. Όπως κάθε επιχείρηση έχει σαν άμεσο σκοπό και οδηγό στις διάφορες αποφάσεις που παίρνει, τη μεγιστοποίηση του κέρδους που επιδιώκει, δηλαδή την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους και αυτό γιατί όσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος της τόσο πιο βέβαια θα είναι η επιβίωσή της και η ανάπτυξή της σε μακροχρόνια προοπτική. Στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις, που δεν αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα και που απασχολούν μεγάλο αριθμό προσωπικού, η προσπάθεια για τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους όχι μόνο ολοφάνερη είναι αλλά και προγραμματισμένη. Σε μικρές όμως επιχειρήσεις η προσπάθεια για τη μεγιστοποίηση του κέρδους κάθε άλλο παρά συνειδητή είναι. Παρά τις

εξαιρέσεις που μπορεί να υπάρχουν, ο κανόνας δεν παύει να ισχύει: οι τουριστικές επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από οικονομική κατάσταση, οργάνωση, μέγεθος κ.λπ., επιδιώκουν με κάθε τρόπο και με όλα τα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους, να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους. Οι δε αποφάσεις που παίρνουν βασίζονται σε αυτή την επιδίωξή τους.

Η τουριστική επιχείρηση σαν οργανωτική οντότητα που έχει οποιαδήποτε μορφή στην κυριότητά της και λειτουργεί το ξενοδοχείο, το ταξιδιωτικό-τουριστικό πρακτορείο και γενικά την τουριστική μονάδα μπορεί να πάρει διάφορες μορφές και συγκεκριμένα τη μορφή ατομικής τουριστικής επιχείρησης ή αυτή της τουριστικής εταιρείας.

Τουριστικός πράκτορας

Στην Ελλάδα τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία λειτούργησαν ουσιαστικά στις αρχές της δεκαετίας του 1950 (Καραγιαννίδης Τράβελ-Λάιν, CHAT TOURS, Αρβανίτης Τράβελ, Αθανασούλας Τράβελ, Ερμές Τράβελ). Το κύριο αντικείμενο των δραστηριοτήτων τους ήταν αρχικά ο μεταναστευτικός τουρισμός προς την Αμερική και την Ευρώπη. Στη συνέχεια λειτούργησαν και ως αντιπρόσωποι ξένων αεροπορικών -Ευρωπαϊκών και Αμερικάνικων- εταιρειών. Από το 1955 αρχίζει η συνεργασία με την Ανατολική Ευρώπη και πολύ αργότερα –δεκαετία 1970- με τις Αραβικές χώρες.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1950 υπήρχαν στην Αθήνα είκοσι περίπου τουριστικοί πράκτορες, οι οποίοι πραγματοποίησαν τη μεγάλη στροφή από τον περιηγητικό τουρισμό των πλουσίων, στο μαζικό τουρισμό.

Ο ταξιδιωτικός τουριστικός πράκτορας λειτουργεί σαν μεσάζοντας του εμπορίου τουριστικών προϊόντων. Λειτουργεί σαν λιανέμπορος στο σύστημα διανομής τουριστικών προϊόντων. Κατά κανόνα ο τουριστικός πράκτορας δεν πουλά δικό του προϊόν, αλλά ενεργεί για λογαριασμό παραγωγών ή και προμηθευτών τουριστικών προϊόντων. Με άλλα λόγια, αγοράζει τουριστικά πακέτα και μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες, όπως εισιτήρια για χρήση διάφορων μεταφορικών μέσων, υπηρεσίες φιλοξενίας σε καταλύματα κλπ. Στη συνέχεια, τα θέτει στη διάθεσή του για να ικανοποιήσει κάνοντας χρήση τους τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των μελλοντικών τουριστών.

Τουριστικό πακέτο.

Κατά μια υπεραπλουστευμένη έκφραση, τα άυλα τουριστικά προϊόντα που προσφέρονται συνδυασμένα χαρακτηρίζονται σαν

τουριστικό πακέτο ή πακέτο περιήγησης που περιλαμβάνει στην απλούστερή του μορφή πέντε βασικά στοιχεία:

τον τουριστικό προορισμό: έχει συνήθως συγκεντρωμένες πρώτες ύλες που δεν μπορούν να μεταφερθούν αλλού για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα τα φυσικά, κλιματολογικά και πολιτιστικά στοιχεία που ταυτόχρονα αποτελούν και σημαντικότερα θέλητρά του.

Το μεταφορικό μέσο: με αυτό πραγματοποιεί ο τουρίστας το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του. Το συνηθέστερο μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιείται σήμερα για μικρές και μεγάλες αποστάσεις είναι το αεροπλάνο.

Το κατάλυμα: είναι το μέρος που φιλοξενείται ο τουρίστας τόσο στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται όσο και για τη διάρκεια της τουριστικής του μετακίνησης από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του σε αυτόν και αντίστροφα.

Το πρόγευμα: είναι το είδος διατροφής που συμπεριλαμβάνεται κατά κανόνα όχι μόνο σε αυτά τα τουριστικά πακέτα που παράγονται και προσφέρονται στην απλούστερή τους μορφή, αλλά σε όλα γενικά τα τουριστικά πακέτα που παράγονται και προσφέρονται για την ικανοποίηση συγκεκριμένων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των αγοραστών τους.

Το τράνσφερ: εξασφαλίζει την άνετη μεταφορά του τουρίστα από το σημείο άφιξης του στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται (αεροδρόμιο, λιμάνι, σιδηροδρομικό σταθμό κ.λπ),

Βτ1 ομάδα 1^η
2014-2015

Αλεξάνδρα Δέδε

Ευγενία Αξιώτη

Μαρία Αποστολάκη