

Τουριστική ζήτηση και προσφορά

Οι τουριστικές ανάγκες πρέπει να ικανοποιηθούν και αυτό πραγματοποιείται δια των τουριστικών αγαθών. Με την ενέργεια αυτή διαμορφώνονται ορισμένες ανταλλακτικές σχέσεις. Για κάθε τέτοια σχέση υπάρχει η προσφορά και η ζήτηση.

Τουριστική ζήτηση.

Η ζήτηση είναι μία έννοια βασικής σημασίας για την οικονομική επιστήμη και ειδικότερα για την τουριστική πολιτική. Στον τουρισμό την ζήτηση την εκφράζει το ανθρώπινο στοιχείο δηλαδή το άτομο ή η ομάδα στο οποίο γεννάται η τουριστική ανάγκη. Γενικά ο όρος «τουριστική ζήτηση» σημαίνει το συνολικό μέγεθος των ατόμων που εμφανίζονται οι τουριστικές ανάγκες και το συνολικό μέγεθος των τουριστικών αγαθών που θα χρησιμοποιήσουν.

Το μέγεθος των αγοραστών ο συνολικός αριθμός των περιηγητών που θα διακινηθούν σε κάποια χώρα προσδιορίζεται στον τόπο διαμονής. Το μέγεθος των τουριστικών αγαθών διαμορφώνεται στον τόπο κατοικίας εν μέρει π.χ. μέσα διακίνησης και είδη ταξιδιού αλλά περισσότερο στον τόπο προορισμού όπως ξενοδοχεία, είδη διατροφής μέσα ψυχαγωγίας κλπ. Η τουριστική ζήτηση αποτελεί το καταναλωτικό τμήμα του τουρισμού.

Προσδιοριστικοί παράγοντες την τουριστικής ζήτησης.

Η συνολική τουριστική ζήτηση δεδομένου και του εποχιακού χαρακτήρα της εξαρτάται από ένα αριθμό παραγόντων οι κυριότεροι των οποίων είναι:

1. Το μέγεθος του τουριστικού πλήθους
2. Το ύψος των ατομικών εισοδημάτων
3. Η διάρκεια του ελεύθερου χρόνου
4. Η τιμή των τουριστικών αγαθών
5. Η τιμή των λοιπών αγαθών
6. Οι προτιμήσεις του τουριστικού πλήθους
7. Η διαφήμιση και προβολή και
1. Ο συρμός (μόδα)

Το μέγεθος του τουριστικού πλήθους:

Η συνολική ζήτηση εκφράζεται διά του αθροίσματος των ατομικών ζητήσεων. Είναι προφανές ότι οι αυξομειώσεις του τουριστικού πλήθους των καταναλωτών την επηρεάζουν ανάλογα. Η επίδραση του παράγοντος «τουριστικό πλήθος» δεν είναι όμως ευθέως ανάλογη της ζήτησης γιατί ουσιαστικό ρόλο παίζει και η ποιοτική σύνθεση του μεγέθους του τουριστικού πλήθους.

Το ύψος των ατομικών εισοδημάτων:

Ουσιαστικός προσδιοριστικός παράγων της συνολικής τουριστικής ζήτησης θεωρείται το μέγεθος του ατομικού εισοδήματος των τουριστικών καταναλωτών. Διαφορετική είναι η συμπεριφορά και η ροπή προς κατανάλωση των ατόμων των υψηλών εισοδημάτων και διαφορετική των ασθενέστερων οικονομικών κοινωνικών ομάδων. Το ύψος του ατομικού εισοδήματος προσδιορίζει την απόφαση του καταναλωτού για την ιεράρχηση της ικανοποίησης των αναγκών του. Το γεγονός αυτό προσδιορίζει αμέσως και τον όγκο της συνολικής τουριστικής ζήτησης.

Η διάρκεια του ελεύθερου χρόνου:

Ένας παράγοντας προσδιορισμού της τουριστικής ζήτησης είναι και το μέγεθος του ελεύθερου χρόνου τον οποίον διαθέτει του τουριστικό άτομο. Στις παλαιότερες εποχές ο παράγοντας «ελεύθερος χρόνος» επιδρούσε αρνητικά διότι τέτοιον χρόνο διέθεταν λίγα μόνο άτομα. Σήμερα όμως ο «ελεύθερος χρόνος» έχει μεγαλώσει διότι έχει μειωθεί ο χρόνος εργασίας και αυτό έχει σαν συνέπεια να μεγαλώνει ανάλογα η τουριστική ζήτηση.

Η τιμή των τουριστικών αγαθών:

Η ζήτηση των τουριστικών αγαθών όπως και κάθε άλλων αγαθών εξαρτάται από την τιμή τους. Οι τιμές αποτελούν ένα από τους σπουδαιότερους παράγοντες της τουριστικής ζήτησης. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι όπου οι τιμές είναι χαμηλές οι τουριστική ζήτηση είναι αυξημένη.

Η τιμή των λοιπών αγαθών :

Οι τουρίστες εκτός από τα τουριστικά είδη στρέφονται και στην απόκτηση και άλλων αγαθών. Άτομα για παράδειγμα που μεταβαίνουν στο Παρίσι αγοράζουν καλλυντικά και διάφορα είδη ένδυσης. Έτσι οι τιμές και των άλλων αγαθών εκτός από τα τουριστικά είδη είναι σπουδαίος παράγοντας για την συνολική ζήτηση. Έχει αποδειχθεί ότι οι τουρίστες πηγαίνουν κατά προτίμηση σε χώρες όπου οι τιμές των προϊόντων τους είναι χαμηλές.

Οι προτιμήσεις του τουριστικού πλήθους:

Οι μεταβολές των προτιμήσεων του τουριστικού πλήθους επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση. Οι λόγοι αυτών των μεταβολών είναι πολλές προέρχονται από το ίδιο το άτομο ή από εξωτερικές καταστάσεις και γεγονότα. Οι κυριότεροι λόγοι είναι ψυχολογικοί, κοινωνικοί, οικονομικοί και πολιτικοί.

Η διαφήμιση και η προβολή:

Η διαφήμιση και η προβολή των προϊόντων στο τομέα των πωλήσεων στην εποχή μας έχει μεγάλη εφαρμογή και χρησιμοποιείται τόσο από τους ιδιώτες όσο και από το κράτος. Στο τομέα του τουρισμού η διαφήμιση και η προβολή αποτελεί σημαντικότατο προσδιοριστικό παράγοντα που επηρεάζει την τουριστική κατανάλωση και επομένως προσδιορίζει την τουριστική ζήτηση και για αυτό γίνεται ευρύτατη χρήση. Η επίδρασή στην ζήτηση μπορεί να είναι θετική ή και αρνητική, ήπια, μεγάλη και διαρκής.

Ο συρμός (η μόδα):

Η μόδα σε αντίθεση με το γούστο που η εκλογή είναι ατομική και ελεύθερη έχει έναν κοινωνικό καταναγκασμό από την κοινωνική ομάδα. Είναι δυνατόν να επιδοκιμάζεται ή όχι από διάφορους λόγους. Οι μεταβολές της μόδας μεταβάλλουν θετικά ή αρνητικά την ροπή προς κατανάλωση του τουριστικού πλήθους και αποτελούν προσδιοριστικό παράγοντα στην τουριστική ζήτηση.

Τουριστική προσφορά.

Την τουριστική προσφορά την εκφράζει ο κάτοχος ή παραγωγός των τουριστικών αγαθών που εξυπηρετούνται οι τουριστικές ανάγκες. Η παρεχόμενη εξυπηρέτηση δια υλικών ή άυλων αγαθών, η διακίνηση, η υποδοχή κλπ και γενικά το σύνολο των οργανωμένων προσπαθειών για την ζήτηση των τουριστικών αγαθών αντιπροσωπεύει την «τουριστική προσφορά». Το τουριστικό έργο αποτελεί το παραγωγικό έργο του τουρισμού.

Προσδιοριστικοί παράγοντες της προσφοράς είναι:

1. Οι στόχοι των παραγωγών που προσδιορίζονται από τους σκοπούς αυτών που προσφέρουν τα αγαθά. Η μεγιστοποίηση του κέρδους αφορά το κράτος που ενδιαφέρεται για την συγκέντρωση συναλλάγματος και τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν κατά κανόνα την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους .
2. Η προσέλευση μεγαλύτερου τουριστικού πλήθους που αποτελεί μια πολιτική κατάκτησης της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Εδώ πολλές φορές παραβλέπεται η επίτευξη του μέγιστου κέρδους.
3. Η τιμή των τουριστικών αγαθών αν και στον τουρισμό ή ακριβής ποσοτική εκτίμηση του προσφερόμενου προϊόντος δεν είναι δυνατή.
4. Η τεχνική δηλαδή το επίπεδο της γνώσης που αναφέρονται στην παραγωγή των τουριστικών προϊόντων όπως είναι τα αγαθά και οι υπηρεσίες.
5. Η τουριστική αγορά εργασίας, το μέγεθος η ειδίκευση και γενικά το τουριστικό δυναμικό επηρεάζουν την προσφορά.
6. Η ζήτηση που είναι σε άμεση συναρτησιακή σχέση με την προσφορά.
7. Οι προβλέψεις και οι προοπτικές σε σχέση με την μελλοντική διαμόρφωση των συνθηκών της διεθνούς και εθνικής αγοράς και τέλος
8. Κάποιοι αστάθμητοι παράγοντες κάποια έκτακτα γεγονότα όπως είναι οι πόλεμοι οι οικονομικές κρίσεις οι επιδημίες η τρομοκρατία κλπ. Τα γεγονότα αυτά όμως είναι δυνατόν να επηρεάσουν και ευνοϊκά την

τουριστική προσφορά όπως είναι η ανακάλυψη ενός αρχαιολογικού χώρου μιας ιαματικής πηγής κλπ.