

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΗΣ ΔΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΝ

Υπό Δρος ΜΙΑΤ. ΛΟΓΟΘΕΤΟΥ
Διευθυντοῦ τοῦ Ε. καὶ Β. Ἐπιμελητηρίου Ρόδου

Ἡ δυσκολία δὲν εἶναι νὰ ἐνοήσωμεν τὰς νέας ἰδέας, ἀλλὰ νὰ ἀποβάλωμεν τὰς παλαιάς, ἔγραφεν ὁ Keynes εἰς τὴν Γενικὴν Θεωρίαν τῆς ἀπασχολήσεως τοῦ τόκου καὶ τοῦ χρήματος¹. Διότι ὁ διάσημος Ἕλληνας οἰκονομολόγος εἰσάγοντας νεωτεριστικὰς ἀντιλήψεις ἐπάνω εἰς τὰ θέματα τῆς κλασσικῆς οἰκονομικῆς θεωρίας, ἀντιμετώπιζε τὴν δυσπιστίαν τῶν ἀνθρώπων εἰς τὰς νέας ἰδέας, δυσκολώτερον ἀπ' ὅ,τι ἐχρειάζετο νὰ τοὺς πείσῃ διὰ τὴν ὀρθὴν θέσιν τῶν σκέψεών του. Ἡ δυσπιστία εἰς τὴν ἐφαρμογὴν μιᾶς νέας ἰδέας, δταν μάλιστα αὐτὴ καλύπτῃ τὰς ἀνθρωπιστικὰς ἐπιστήμας, εἰς τὰς ὁποίας ἀνήκει καὶ ἡ οἰκονομία, εἶναι φαινόμενον κάθε ἐποχῆς. Οἱ περισσότεροι ἄνθρωποι, ὅπως καὶ τότε, εἶναι στερεὰ δεμένοι μετ' αὐτὸ πού ὀνομάζομεν «κλασσικόν». Εὐρίσκονται πάντα μεταξὺ δύο ἀντιλήψεων : ἢ μία πῶς κάθε νέα ἰδέα εἶναι ἐσφαλμένη καὶ ἢ ἄλλῃ, πῶς τίποτε τὸ καινούργιον δὲν προσθέτει αὐτῇ. Μετ' αὐτὸν τὸν τρόπον αἱ προσπάθειαι διὰ τὴν ἐφαρμογὴν μιᾶς ἐπιστημονικῆς μεθόδου, πού εἶναι τὸ πρακτικὸν ἀποτέλεσμα εἰσαγωγῆς τῆς ἀντιστοίχου ἰδέας εἰς τὸ πεδίου τῆς ἐφηρμοσμένης οἰκονομίας, εἶναι ἐπίμονοι, κοπιαστικαὶ καὶ μακροχρόνιοι.

Καὶ ἔταν πρόκειται διὰ τὸ παραγωγικὸν τιμῆμα τῆς οἰκονομίας, πού ἐξυπηρετεῖται ἀπὸ τὰς θετικὰς ἐπιστήμας, τὸ πρᾶγμα εἶναι ἀπλούστερον ἔδῳ χωρεῖ τὸ πείραμα εἰς τὸ ἐργαστήριον, πού τὸ ἀποτέλεμά του, ἔκφρασις ἀριθμητικῆ μιᾶς χημικῆς συνθέσεως ἢ φυσικῆς προσμίξεως, πείθει καὶ τὸν πλέον δύσπιστον ἐπιχειρηματίαν περὶ τῆς ἀνάγκης ἐφαρμογῆς τῆς νέας ἰδέας. Ὅταν ἔμῃς πρόκειται διὰ τὸ καταναλωτικὸν μέρος τῆς οἰκονομίας, πού ἐξυπηρετεῖται ἀπὸ τὰς ἀνθρωπιστικὰς ἐπιστήμας, τὸ πρᾶγμα γίνεται σύνθετον ἔδῳ εἰσέρχεται ὁ παράγων «ἄνθρωπος» πού πρέπει νὰ μελετηθῇ ὡς συμπεριφορὰ. Χρειάζεται συνεχῆς παρατήρησις ὄχι πλέον εἰς τὸν στενὸν χώρον τοῦ ἐργαστηρίου, ἀλλὰ εἰς τὸν εὐρύν χώρον τῆς ἀγορᾶς. Τὰ ἀποτελέσματα αὐτῆς τῆς φορᾶς εἶναι ποιοτικά καὶ ἡ ποιότης ὡς ἀφηρημένη ἔκφρασις δὲν ἔχει τὴν πειθὴ τῶν ἀριθμῶν τοῦ πειράματος. Ἡ κατανάλωσις δὲν ἐξαρτᾶται βέβαια μόνον ἀπὸ τὴν συμπεριφορὰν τοῦ ἀνθρώπου εἶναι συνάρτησις καὶ ἄλλων παραγόντων πού

συνδέονται με την ὀργάνωσιν τῆς παραγωγῆς, με τὰ συστήματα διανομῆς καὶ πρῶτῃς τῶν πωλήσεων καὶ με ἄλλας ὀργανωτικὰς διαδικασίας. Διὰ τοῦτο τὸ πρόβλημα γίνεται: περισσότερον σύνθετον καὶ εἰς τὴν συνθετικότητά του αὐτὴν χρειάζεται διὰ τὴν ἀντιμετώπισιν του ὀρθολογισμὸν καὶ ἐπιστημονικὴν μέθοδον. Αὐτὰ τὰ στοιχεῖα συνθέτου τὴν σύγχρονον οἰκονομικὴν ἐπιστήμην τῆς μικροοικονομίας, ὅπως συνθίξεται: νὰ λέγεται ἡ οἰκονομία τῆς κυκλοφορίας καὶ τῆς καταναλώσεως, πού προσπαθεῖ νὰ ἀντιμετωπίσῃ τὸ ὅξυ πρόβλημα τῆς «διαθέσεως» με ἐπιστημονικὰς μεθόδους διοικήσεως τῶν ἐπιχειρήσεων, ἐρεύνης τῆς ἀγορᾶς, πρῶτῃς τῶν πωλήσεων, προβολῆς καὶ διαφημίσεως κ.τ.λ., μέσα εἰς ἓνα κλῆμα πού γενικὰ κυριαρχεῖ ὁ ἐμπειρισμὸς.

Ἡ ἀποδοχὴ τῆς ἐπιστημονικῆς ἐρεύνης πού χρησιμοποιοῖ ὅλας αὐτὰς τὰς μεθόδους δὲν εἶναι: ἀποτέλεσμα μιᾶς συναισθηματικῆς ὀρμῆς, οὔτε ὀρέχεια μιᾶς κἀπικας ἀνάγκης: προσαρμογῆς εἰς τὸ πνεῦμα τῆς ἐποχῆς: εἶναι: ἀποκλειστικὰ καὶ μόνον ἀνάγκη ὀργανικῆ, «βιολογικῆ» θὰ ἐλέγαμεν τῆς οἰκονομίας. Μία πρόσφατος ἐρευνα τοῦ Κέντρου Παραγωγικότητος τῆς Ἀμερικῆς ἀπέδειξε πῶς ἡ ἀύξησις τοῦ ἔθνικου εἰσοδήματος τῆς χώρας αὐτῆς ὀφείλεται κατὰ ἓνα μὲγᾶλον ποσοστὸν εἰς τοὺς παράγοντας πού εἶναι ἀποτελέσματα ἐφαρμογῆς ἐπιστημονικῶν μεθόδων. Αὐτὸ καὶ μόνον ἀρκεῖ διὰ νὰ πείσῃ πῶς εἶναι ἡ σημασία τῆς ἐπιστημονικῆς ἐρεύνης εἰς τὴν ἀνάπτυξιν ἑνὸς κλάδου τῆς οἰκονομίας καὶ γενικώτερον εἰς τὴν πρόδον μιᾶς χώρας. Αὐτὰ ἴς γενικὴ τοποθέτησις. Καὶ τώρα ἂς ἴδωμεν τί γίνεται εἰς τὸν τουρισμὸν.

Ὁ τουρισμὸς εἶναι μία σύνθετος μορφή οἰκονομικῆς καὶ κοινωνικῆς δραστηριότητος, πού ἐκδηλώνεται ἀπὸ τὴν μίαν πλευρὰν με τὴν μετακίνησιν τῶν ἀτόμων καὶ ἀπὸ τὴν ἄλλην πλευρὰν με τὴν ὀργάνωσιν τῆς ὑποδοχῆς καὶ ἐξυπηρέτησεως τῶν ἀτόμων πού μετακινουῦνται. Ἡ μετακίνησις πού λαμβάνει: τὸ ὄνομα «τουριστικὴ κίνησις» ἐκφράζει: τὴν τουριστικὴν ζήτησιν καὶ ἀποτελεῖ τὸ καταναλωτικὸν μέρος τοῦ φαινομένου, ἐνῶ ἡ ὑποδοχὴ καὶ ἐξυπηρέτησις πού λαμβάνει: τὸ ὄνομα «τουριστικὴ δραστηριότης» ἐκφράζει τὴν τουριστικὴν προσφορὰν καὶ ἀποτελεῖ τὸ παραγωγικὸν μέρος τοῦ φαινομένου. Ἡ διττὴ αὕτη ἐκφρασις τοῦ τουρισμοῦ, ὡς μία διομηχανία πού «παράγει» ἓνα προϊόν, τὸ τουριστικὸν προϊόν καὶ ὡς μίξ ἀγορᾶ πού «καταναλίσκει» αὐτὸ τὸ προϊόν, διαγράφει τὸ πλαίσιον ἐντὸς τοῦ ὁποῖου εἶναι δυνατόν ἔνετα νὰ ἔχη ἐφαρμογὴν κάθε ἐπιστημονικὴ μέθοδος πού ἐφαρμόζεται εἰς ἀναλόγους περιπτώσεις παραγωγῆς καὶ διαθέσεως ἑνὸς οἰοδῆποτε προϊόντος².

Δυστυχῶς ὁ τουρισμὸς εἶναι ἓνας τομεὺς τῆς οἰκονομίας ὅπου δὲν φαίνεται νὰ ἔχη δεχθῆ τὰς ὑπηρεσίας τῆς συγχρόνου ἐπιστημονικῆς μεθόδολογίας. Ἡ καθυστέρησις ἐφαρμογῆς ἐπιστημονικῶν μεθόδων εἰς τὸν τουρισμὸν ἴσως νὰ ὀφείλεται εἰς τὸν χαρακτήρα τῆς οἰκονομίας μας, πού δὲν εὐνοεῖ ἀκόμη τὴν εἰσαγωγὴν ἐξειλιγμένης μορφῆς ἐπιστημονικῶν συστημάτων, ἴσως καὶ εἰς αὐτὴν

τὴν ἰδίαν τὴν νοοτροπίαν τοῦ ἐπιχειρηματίου, τὸν ὅποιον φαίνεται νὰ «ἐνοχλοῦν» αἱ νέαι ιδέαι. «Διὰ πολλοὺς ἐπιχειρηματίας τὰ κυριώτερα ἐμπόδια προέρχονται ἀπὸ τὸ γεγονός ὅτι δὲν ἐρμηνεύουν ὀρθὰ τὰς δυσκολίας των ὡς προειδοποιήσιν διὰ νὰ ἀλλάξουν μέθοδον», ἔλεγεν ὁ Henry Ford³. Εἰς τὸν τουρισμὸν ἐξακολουθεῖ νὰ κυριαρχῇ εἰς ὅλας του τὰς φάσεις ὁ αὐτοσχεδιασμός καὶ ἡ ἐμπειρία⁴. Ἴσως ἀκόμη νὰ εἶναι καὶ τοῦτο μία φυσικὴ συνέπεια τοῦ «ἐνημερουμένου κλάδου». Ἀλλὰ καθὼς εἶπε καὶ ὁ Γάλλος θεωρητικὸς τοῦ τουρισμοῦ δόκτωρ Defert, «μέχρι πότε ὁ τουρισμὸς θὰ θεωρῆται τὸ «ἐκθὸς τῶν ἐνεργητικῶν οἰκονομιῶν»;»⁵.

Σήμερον ἔχει γίνεαι σχεδὸν κανὼν : ὅποιος διαθέτει ἕνα οἰκόπεδον καὶ μερικὰ χρήματα —αὐτὸ δὲν εἶναι πάντα ἀπαραίτητον— γίνεται ξενοδόχος, γίνεται «ἐπιχειρηματίας» καὶ γίνεται χωρὶς προηγουμένως νὰ ἔχη μελετήσῃ πού πρέπει νὰ ἐγκαταστήσῃ τὸ ξενοδοχεῖον του, ποίαν ποσοτικὴν καὶ ποιοτικὴν μορφήν πρέπει νὰ τοῦ δώσῃ, πού θὰ πωλήσῃ τὸ «προῖόν» του, πόσα θὰ τὸ πωλήσῃ, καὶ πῶς θὰ τὸ πωλήσῃ. Αὐτὰ ὅλα πού ἡ ἐπιστήμη τῆς συγχρόνου ἐπιχειρήσεως συνοψίζει εἰς τὴν λεγομένην «οἰκονομικοτεχνικὴν μελέτην» καὶ εἰς τὴν «μελέτην ἐρεῖνης τῆς ἀγορᾶς καὶ προωθήσεως τῶν πωλήσεων», ὁ ἐπιχειρηματίας τοῦ τύπου αὐτοῦ τὰ θεωρεῖ περιττὴν πολυτέλειαν καὶ τὰ ἀφήνει εἰς τοὺς θεωρητικούς. Αὐτὸν τὸν ὠθεῖ τὸ ἐνστικτὸν καὶ τὸν κατευθύνει ἡ ἐμπειρία του. Καὶ εἶναι πράγματι εἰρωνεία διὰ τὴν οἰκονομικὴν ἐπιστήμην ὅτι ἐπιτυγχάνει, ἐνημερεῖ. Διὰτι ἤμω; ἀπλούστατα: διότι ὑπάρχει μία μαζικὴ συσσωρευτικὴ ζήτησις πού καταναλίσκει τὰ πάντα, εἴτε διὰ λόγους φυσικῆς ἑλξεως, εἴτε διὰ λόγους κόστους, εἴτε διὰ λόγους παροδικῆς συνηθείας, ὁ τουρισμὸς μας ἀγνοεῖ τὸν διεθνή, συναγωνισμὸν καὶ «πωλεῖται» χωρὶς καμμίαν ἰδιαιτέραν προσπάθειαν εἰς τὴν διεθνή τουριστικὴν ἀγοράν. Ἄς μὴ λημονώμεν ἤμω πῶς ὁ τουρισμὸς εἶναι ἕνα «πολυτελές» καὶ ταυτόχρονα «εὐπαθές» προῖον μὲ μίαν τρομακτικὴν ἐλαστικότητα ζήτησεως, πού τὴν ρυθμίζουν ἀποκλειστικὰ ἐξωτερικοὶ παράγοντες, παράγοντες πού δὲν εἴμεθα εἰς θέσιν νὰ ἐπηρεάσωμεν. Ἡ δημιουργία νέων τουριστικῶν τόπων, ἡ τεχνικὴ μείωσις τοῦ τουριστικοῦ κόστους (πρόσφατος περίπτωσις ἡ ὑποτίμησις τοῦ ἰσπανικοῦ νομίσματος), αἱ προκαλούμεναι διεθνεῖς ἀναταραχαὶ εἰς τὸν μεσογειακὸν γῶρον (περίπτωσις Μέσης Ἀνατολῆς - Κύπρου), ἡ ἀλλαγὴ τοῦ προσανατολισμοῦ τῶν μεγάλων τουριστικῶν ρευμάτων καὶ ἄλλοι ἐξωγενεῖς παράγοντες, ἀναταράσσουν τοὺς δρους τοῦ διεθνοῦς τουριστικοῦ «ἐμπορίου» καὶ προκαλοῦν προβλήματα εἰς τὴν προώθησιν τῶν «πωλήσεών» μας.

Ἰπὸ τὰς διαμορφουμένας οὕτω συνθήκας περιορισμοῦ τῆς ζήτησεως καὶ κατὰ φυσικὴν συνέπειαν «ἀδρανοποιήσεως» τῆς προσφορᾶς ἰδιαιτέρως τοῦ παραγωγικοῦ αὐτῆς τμήματος, τὸ ὅποιον δεσμεύει μεγάλον ὄγκον παγίου κεφαλαίου, ὁ ἐμπειρισμὸς ἀναζητεῖ λύσεις τῶν προβλημάτων εἰς τὸν ὀρθολογισμὸν

και την επιστημονικήν μέθοδον. Ἡ ἐπιστήμη ἄμως τῆς οἰκονομίας δὲν λειτουργεῖ μόνον κατασταλτικά. Ἐίναι δυνατόν νὰ λεχθῆ μάλιστα πῶς ὀλίγα προσφέρει εἰς αὐτὸ τὸ στάδιον. Λειτουργεῖ βασικά ὡς διαδικασία προληπτική, πού ἐκδηλώνεται μὲ τὴν μελέτην καὶ τὸν προγραμματισμὸν εἰς τὴν ἀρχὴν κάθε ἐπιχειρηματικῆς δράσεως. Ἐἰς αὐτὸ τὸ σημεῖον γεννᾶται τὸ ἐρώτημα : τί εἶναι δυνατόν νὰ προσφέρῃ ἡ ἐπιστημονικὴ ἔρευνα εἰς τὸν σύγχρονον τουρισμὸν; Καὶ πρῶτα ἀπὸ ὅλα θὰ πρέπει νὰ λεχθῆ πῶς εἰς τὴν περίπτωσιν τοῦ τουρισμοῦ δὲν ὑπάρχει μία ἐνιαία ἐπιστήμη, ἡ ὁποία νὰ ἀσχολῆται μὲ τὸ τουριστικὸν φαινόμενον. Κυριαρχεῖ δέδαια εἰς τὰς περισσοτέρας φάσεις τοῦ φαινομένου ἡ οἰκονομία, ἀλλὰ καὶ ἡ χωρονομία, ἡ πολεοδομία, ἡ κοινωνιολογία, ἡ ψυχολογία, ἡ στατιστικὴ, τὸ δίκαιον κ.τ.λ., λαμβάνουν ἐνεργὸν μέρος⁶. Δὲν ἀμιλοῦμεν δέδαια ἐδῶ διὰ τὴν τεχνικήν, πού εἶναι ἄλλο πρᾶγμα : εἶναι ἓνα μέσον ἐφαρμογῆς τῆς ἐπιστήμης εἰς τὴν πράξιν.

Δὲν ὑπάρχει καμία φάσις τῆς τουριστικῆς διαδικασίας, εἰς τὴν ὁποίαν νὰ μὴ ἔχῃ ἐφαρμογὴν κάποια ἐπιστημονικὴ μέθοδος. Ἀπὸ τὴν ἐπιλογὴν τοῦ χώρου ἐγκαταστάσεως μέχρι τῶν ὀργανωτικῶν λεπτομερειῶν κάθε τουριστικῆς δραστηριότητος, διαγράφεται ἓνα εὐρύτατον πεδίον, ὅπου εὐρίσκουν ἐφαρμογὴν σειρά ἐπιστημονικῶν μεθόδων. Ἐδῶ δέδαια δὲν πρόκειται νὰ εἰσέλθωμεν εἰς λεπτομερείας ἀπλῶς θὰ περιορισθῶμεν νὰ θίξωμεν ὠρισμένας χαρακτηριστικὰς φάσεις τοῦ τουριστικοῦ κυκλώματος εἰς τὰς ὁποίας ἡ ἐπιστημονικὴ ἔρευνα δύναται νὰ προσφέρῃ σημαντικὰς ὑπηρεσίας.

Εἰς τὴν φάσιν τῆς ἐπιλογῆς ἑνὸς τόπου διὰ τουριστικὴν ἀνάπτυξιν ἡ προηγουμένη μελέτη ἀποτελεῖ βασικὴν προϋπόθεσιν. Ἡ γεωφυσικὴ καὶ ἡ κλιματολογία θὰ παράσχουν τὰς ἀπαραιτήτους πληροφορίας περὶ τῶν ὑπαρχόντων στοιχείων φυσικῆς ἐλξεως. Τὰ στοιχεῖα αὐτὰ μαζί μὲ τὰ μνημεῖα τοῦ πολιτισμοῦ (παραλῖαι, θερμοπηγαί, κλίμα, ἀρχαιοτάτες κ.τ.λ.) ἀποτελοῦν τὰς πρῶτας ὕλας πλησίον τῶν ὁποίων ἀναγκαστικῶς πρέπει νὰ ἐγκατασταθῆ ἡ τουριστικὴ ἐπιχείρησις. Ἡ τουριστικὴ τοποθεσία, ὅπως τὴν ἐχαρκτηρίσεν ἡ γαλλικὴ τουριστικὴ «φιλολογία» εἶναι μία τοποθεσία «εἰς τὴν πηγὴν» (localisation «à la source»), πού σημαίνει ὅτι «δημιουργεῖται» ἐκεῖ ὅπου ὑπάρχουν αἱ ἀνωτέρω «πρῶται ὕλαι» ὑπὸ ἓνα βασικὸν ὄρον : ὅτι ἡ τοποθεσία αὐτὴ εὐρίσκεται εἰς τοιαύτην ἀπόστασιν ἀπὸ τὴν τουριστικὴν ἀγοράν, ὥστε νὰ καθίσταται «οἰκονομικῶς» προσπελάσιμος ἀπὸ τὰ μεγάλα τουριστικὰ ρεῖματα⁷. Χωρὶς τὰ ἀνωτέρω βασικά στοιχεῖα, φυσικά, γεωγραφικά, πολιτιστικά, οἰκονομικά, κ.τ.λ., δὲν εἶναι δυνατόν ἓνας τόπος νὰ ἐπιλεγῆ διὰ τουριστικὴν ἀνάπτυξιν. Τὸ νὰ προσπαθῶμεν ν' ἀναπτύξωμεν ἓνα τόπον, ὃ ὁποῖος δὲν ἔχει αὐτὰς τὰς προϋποθέσεις, στηρίζόμενοι εἰς διαφόρους σκοπιμότητας, εἶναι ὡς νὰ ἐπιδιώκωμεν νὰ δημιουργήσωμεν ἓνα ἐργοστάσιον παραγωγῆς παπουτσιῶν εἰς μίαν κοινωνίαν ἰθαγενῶν, ὅπου ἡ ὑπόδησις θεωρεῖται ἀμάρτημα. Καὶ τοῦτο διότι τοὺς ἀνθρώπους δὲν εἴμεθα εἰς θέσιν νὰ τοὺς κατευθύνωμεν ἐκεῖ ὅπου θέλωμεν. Οἱ ἀνθρώ-

ποι εἰς μίαν ἐλευθέραν κοινωνίαν, ἀποφασίζουσι μόνου των, ποῦ πρόκειται νὰ περάσουσιν τὰς διακοπὰς των. Ἐξαιρέσειν ἀποτελοῦν αἱ διευθυνώμεναι κοινωνίαι, ὅπου προγραμματίζονται αἱ διακοπαὶ καὶ οἱ ἄνθρωποι κατευθύνονται ἐκεῖ ὅπου τὸ σχέδιον ἐπιβάλλει. Τὴν ἐπιλογὴν τοῦ καταλλήλου τόπου ἀκολουθεῖ ἡ μελέτη τοῦ χώρου. Ἡ χωροταξία θὰ δημιουργήσῃ τὰς «τουριστικὰς ζώνας» καὶ θὰ προτείνῃ τὰ ἀναγκαῖα ἔργα ὑποδομῆς, τὰ ὅποια θὰ προκαλέσουσιν τὸ ἐνδιαφέρον τῆς ἰδιωτικῆς πρωτοβουλίας διὰ τουριστικὰς ἐπενδύσεις.

Κατ' αὐτὴν τὸν τρόπον ἔχομεν φθάσει εἰς τὴν φάσιν κατὰ τὴν ὁποίαν οἱ ἄνθρωποι τῶν ὑποθέσεων, οἱ «businessmen» πρόκειται νὰ ἀποφασίσουσιν διὰ τὴν Ἴδρυσιν μιᾶς βασικῆς τουριστικῆς ἐπιχειρήσεως, ἔστω ξενοδοχειακῆς. Ἐξ τὴν ἐπιλογὴν τοῦ καταλλήλου τόπου διὰ τὴν ἐγκατάστασιν τοῦ ξενοδοχείου θὰ βοηθηθῶσι καὶ θὰ ὀδηγηθῶσι ἀπὸ τὰς γενικὰς ἀρχὰς ποῦ διέπουν τοὺς οἰκονομικοὺς χώρους. Ἐνας ἐπιτυχημένος Ἀμερικανὸς ξενοδόχος εἶπε κάποτε πῶς ὑπάρχουσιν τρεῖς μόνον κανόνες διὰ μίαν ἐπικερδῆ τουριστικὴν ἐπένδυσιν: location, location, location (τοποθεσία, τοποθεσία, τοποθεσία). Μὲ τὴν ἀπλοποιημένην αὐτὴν ἔκφρασιν ἤθελε νὰ δείξῃ τὴν βασικὴν σημασίαν ποῦ ἔχει ἡ τοποθεσία εἰς μίαν ἐπιχείρησιν μὲ ἠύξημένας ἐπενδύσεις εἰς σταθερὸν κεφάλαιον, ὅπου τὰ προϊόντα τῆς δὲν εἶναι δυνατόν νὰ μεταφερθῶσι εἰς τὴν ἀγορὰν, ἀλλὰ ἡ ἀγορά, δηλαδὴ ἡ πελατεία νὰ μεταφερθῇ εἰς αὐτήν⁹. Μετὰ τὴν ἐπιλογὴν τῆς τοποθεσίας ὁ ἐπιχειρηματίας καλεῖται νὰ ἀποφασίσῃ διὰ τὸ μέγεθος τῆς ἐπιχειρήσεώς του, δηλαδὴ διὰ τὸν ὄγκον τῆς παραγωγῆς του, ἔκφραζόμενον διὰ τοῦ ἀριθμοῦ τῶν κλινῶν καὶ διὰ τὴν ποιότητα τοῦ προϊόντος του, ἔκφραζόμενον διὰ τῆς κατηγορίας τοῦ ξενοδοχείου. Ἡ μελέτη τῆς ἀγορᾶς ἀπὸ ποσοτικῆς ἀπόψεως καὶ ἡ διερεύνησις ἀκολουθῶσι τῶν προτιμήσεων καὶ τῆς δυναμικότητος τῆς τουριστικῆς καταναλώσεως, θὰ ἐπιτρέψουσιν εἰς τὸν ἐπιχειρηματίαν νὰ λάβῃ ὀρθὰς ἀποφάσεις ἐπὶ τοῦ μεγέθους καὶ τῆς ποιοτικῆς συνθέσεως τῆς ὑπὸ Ἴδρυσιν τουριστικῆς μονάδος.

Ἡ ἐπομένῃ φάσις εἶναι ὀργανωτικῆς ὑφῆς. Ἐξ τὸ στάδιον αὐτὸ ἐφαρμόζεται ἡ οἰκονομικὴ τῶν ἐκμεταλλεύσεων. Ἐπιστημονικὴ ὀργάνωσις εἰς τὸν τομέα αὐτὸν σημαίνει πλήρη γνῶσιν τῆς λειτουργίας τῆς ἐπιχειρήσεως. Ὁ ἐπιχειρηματίας εἶναι εἰς θέσιν κάθε στιγμῆν νὰ γνωρίζῃ εἰς ποίαν κατάστασιν εὑρίσκειται ἡ ἐπιχείρησις του· εἶναι εἰς θέσιν νὰ γνωρίζῃ ποίαν ἀκριβῶς πληρότητα πρέπει νὰ ἐξασφαλίσῃ τὸ ξενοδοχεῖον του διὰ νὰ πραγματοποιηθῇ κέρδη καὶ ἀκόμη πόσον δύναται νὰ μειώσῃ τὰς τιμὰς του, αὐξάνοντας τὴν πληρότητα, διὰ νὰ κερδίξῃ ἐπίσης. Ὅλα αὐτὰ ποῦ προκύπτουν ἀπὸ τὴν μελέτην τοῦ βαθμοῦ ἀπασχολήσεως κάθε ἐπιχειρήσεως καὶ τῆς ἐλαστικότητος τῶν τιμῶν ἐκ τῆς αὐξήσεως τῆς «παραγωγῆς» δηλαδὴ τῶν διανυκτερεύσεων, ὡς καὶ πολλὰ ἄλλα δύναται νὰ γνωρίζῃ ὁ ἐπιχειρηματίας ἐὰν ἔχῃ ἐπιστημονικὰ ὀργανωμένην ἐπιχείρησιν.

Ἄλλη φάσις σημαντικὴ εἰς τὸ τουριστικὸν κύκλωμα εἶναι ἡ διάθεσις τοῦ

τουριστικού προϊόντος, πού ἀφορᾷ τὸ marketing. Μία σειρά ἀπὸ ἐπιστημονικὰς μεθόδους ἐπιτρέπει εἰς τὸν ἐπιχειρηματίαν νὰ γνωρίζῃ τὰς δυνατότητας τῆς ἀγορᾶς εἰς τὴν ὁποίαν πρόκειται νὰ προωθήσῃ τὸ προϊόν του, τὴν συμπεριφορὰν καὶ τὰς προτιμήσεις τῆς τουριστικῆς πελατείας, τὰς συνθήκας τοῦ συναγωνισμοῦ καὶ ἄλλα στοιχεῖα πού θὰ τοῦ ἐπιτρέψουν νὰ καθορίσῃ τοὺς στόχους τῆς πολιτικῆς του. Ἐπίσης ἓνα διαφημιστικὸν πρόγραμμα πού θὰ βασίζεται εἰς τὰ συμπεράσματα τῆς ἐρευνῆς μιᾶς συγκεκριμένης ἀγορᾶς καὶ ἓνα καλὸν σύστημα προωθήσεως τῶν πωλήσεων, θὰ διευκολύνουν καὶ θὰ ἐπιτύχουν τὴν διάθεσιν τοῦ τουριστικοῦ προϊόντος. Παράλληλα πρὸς τὰ ἀνωτέρω κατὰ τὸ στάδιον τῆς ὑποδοχῆς αἱ δημόσιαι σχέσεις εἶναι δυνατόν νὰ βοηθήσουν ἀποτελεσματικὰ εἰς τὴν δημιουργίαν καλῶν ἐντυπώσεων καὶ φιλικῶν κλίματος, στοιχεῖα ἀπαραίτητα εἰς τὴν προσπάθειαν διὰ τὴν προσέλκυσιν ἐπισκεπτῶν. Ὁ τουρισμὸς ἀπὸ μίαν εὐρύτεραν ἀποψιν δὲν εἶναι τίποτε ἄλλο, παρὰ δημόσιαι σχέσεις· σχέσεις πού δημιουργοῦν γνωριμίας καὶ συνδέουν τὸν ξένον μὲ τὸν τόπον συναισθηματικὰ.

Τὰ ἐκτεθέντα ἀνωτέρω εἶναι μερικὰ χαρακτηριστικὰ παραδείγματα ἐφαρμογῆς ἐπιστημονικῶν μεθόδων εἰς τὸν τουρισμὸν : ἡ χωρονομία, ἡ χωροταξία, αἱ ἀρχαὶ πού διέπουν τὴν διοίκησιν τῶν ἐπιχειρήσεων, ἡ ὀρθολογιστικὴ ὀργάνωσις, ἡ ἐρευνα τῆς ἀγορᾶς, ἡ διαφήμισις, ἡ προώθησις τῶν πωλήσεων καὶ αἱ δημόσιαι σχέσεις εἶναι νεωτεριστικαὶ ἰδέαι τὰς ὁποίας οἱ περισσότεροι ἄνθρωποι ἀρνοῦνται νὰ τὰς ἀποδεχθῶν. Βέβαια ἡ ἀνάπτυξις τῆς οἰκονομίας θὰ προκαλέσῃ ἀναμφισβήτητα κάποιαν ἀλλαγὴν εἰς τὴν νοοτροπίαν αὐτῆν τῶν ἀνθρώπων καὶ θὰ τοὺς ἀναγκάσῃ νὰ συμφιλιωθῶν μὲ τὰς νέας αὐτὰς ἰδέας. Ἐὰν περιμένωμεν τὴν φυσιολογικὴν αὐτὴν ἐξέλιξιν θὰ καθυστερήσωμεν. Ὁ διεθνὴς συναγωνισμὸς πού ἀπὸ καιρὸν ἔχει ἀποδεχθῆ τὰς ἰδέας αὐτάς, κινεῖται μὲ ταχύτερον ρυθμὸν καὶ ἐπόμενον εἶναι νὰ μᾶς ὑπερφαλαγγίσῃ.

Διὰ τοῦτο εἶναι ἐπιτακτικὴ ἀνάγκη, ἐὰν θέλωμεν νὰ ἐπιζήσωμεν εἰς τοὺς εὐρύτερους οἰκονομικοὺς χώρους τῆς Εὐρώπης, νὰ δεχθῶμεν τὴν ἐπιστημονικὴν μέθοδον καὶ ἐρευναν ὡς ὀργανικὸν στοιχεῖον τοῦ τουρισμοῦ μας. Αὐτὸ βέβαια προϋποθέτει πλήρη γνῶσιν τοῦ τουριστικοῦ φαινομένου, καὶ ἀκριβῆς γνῶσις σημαίνει ἐπιστήμη. Γεννᾶται λοιπὸν τὸ ἐρώτημα : πῶς τὸ τουριστικὸν φαινόμενον θὰ περιέλθῃ εἰς τὴν δικαιοδοσίαν τῆς ἐπιστήμης; Αἱ προσπάθειαι διὰ νὰ ἐπιτευχθῇ τοῦτο πρέπει νὰ στραφοῦν πρὸς τὰς ἐξῆς κατευθύνσεις : πρῶτον, πρὸς τὴν κατεύθυνσιν τῆς εἰσαγωγῆς τοῦ ἀντικειμένου ὡς ὅλης διδασκομένης εἰς τὸ Πανεπιστήμιον εἴτε διὰ τῆς ἰδρύσεως αὐτοτελοῦς ἔδρας τουριστικῆς οἰκονομίας ἢ τουριστικῆς πολιτικῆς, εἴτε διὰ τῆς διευρύνσεως συγγενοῦς ἔδρας διὰ τῆς προσθήκης τοῦ οἰκείου μαθήματος : ὡς συγγενεῖς ἔδρας ἢ εὐρωπαϊκῆ πανεπιστημιακῆ διάρθρωσις θεωρεῖ τὴν οἰκονομικὴν γεωγραφίαν, τὴν κυκλοφορικὴν οἰκονομίαν, τὴν πολιτικὴν τῶν μεταφορῶν, τὰς ἐξωτερικὰς συναλλαγὰς κ.τ.λ.· δεύτερον, πρὸς τὴν κατεύθυνσιν τῆς ἐξειδικεύσεως ἐπιστημόνων τῆς οἰκο-

νομικῆς καὶ κοινωνικῆς γενικώτερον ἐπιστήμης εἰς τὰ θέματα τῆς τουριστικῆς οἰκονομίας, διὰ τῆς ἰδρύσεως Ἰνστιτούτου μεταπανεπιστημιακοῦ κύκλου τουριστικῶν σπουδῶν κατὰ τὸ πρότυπον ὁμοειδῶν ξένων ἰδρυμάτων ἐν Γερμανίᾳ (Πανεπιστήμια Μονάχου καὶ Φραγκφούρτης), ἐν Ἑλβετίᾳ (Ἀνωτάτη Σχολὴ Οἰκονομικῶν καὶ Κοινωνικῶν Ἐπιστημῶν τοῦ Saint Gall), ἐν Ἰταλίᾳ (Ἀνωτάτη Σχολὴ Οἰκονομικῶν Ἐπιστημῶν τοῦ Πανεπιστημίου τῆς Φλωρεντίας) κ.τ.λ., τρίτον, πρὸς τὴν κατεύθυνσιν τῆς δημιουργίας Κέντρου τουριστικῶν μελετῶν πανεπιστημιακοῦ χαρακτήρος μὲ ἀντικείμενον τὴν ἐπιστημονικὴν μελέτην καὶ ἔρευναν τοῦ τουριστικοῦ φαινομένου κατὰ τὸ προηγούμενον τοῦ Κέντρου Τουριστικῶν Μελετῶν (Centre d' Études du Tourisme) τοῦ Πανεπιστημίου τῆς Αἴξ - Μασσαλίας καὶ τέταρτον, πρὸς τὴν κατεύθυνσιν τῆς ὀργανώσεως μιᾶς ἐθνικῆς Ἐνώσεως τῶν ἐν Ἑλλάδι ἐμπειρογνομόνων τουρισμοῦ, ἡ ὁποία θὰ συνεργάζεται μετὰ τῆς Διεθνoῦς Ἐνώσεως Ἐμπειρογνομόνων Ἐπιστημόνων Τουρισμοῦ (AIEST) καὶ θὰ μελετᾷ τὰ τρέχοντα προβλήματα τοῦ ἑλληνικοῦ τουρισμοῦ.

Ἐφ' ὅσον ἐπιτύχουν αἱ προσπάθειαι αὗται, θὰ προκύψουν κλιμακωτὰ τὰ ἀκόλουθα θετικὰ ἀποτελέσματα : γενικὴ τουριστικὴ μόρφωσις εἰς ἐπίπεδον πανεπιστημιακόν, ἐξειδίκευσις ἐπὶ τοῦ ἀντικειμένου εἰς πανεπιστημιακόν ἐπίπεδον, δημιουργία φορέως ἐπιστημονικῆς ἐρεύνης καὶ ὀργάνωσις τῶν ἐπιστημόνων ἐμπειρογνομόνων τουρισμοῦ εἰς σωματειακόν ἐπιστημονικόν σχῆμα. Κατ' αὐτὸν τὸν τρόπον θὰ δυνηθῶμεν νὰ δημιουργήσωμεν στελέχη ἐπιστημονικὰ κατῆρτισμένα, τὰ ποῖα θὰ ἀσχέζον πῖσιν ἐκ τῶν κάτω καὶ θὰ παραδιᾶσουν τὸ φράγμα τῆς ἐμπειρίας μὲ τὴν πειθῶ τοῦ ὀρθολογισμοῦ καὶ τῆς ἐπιστημοσύνης. Δὲν θὰ πρέπει ἴσως νὰ παραλειψῶμεν ὠριαμένους ἀξιολόγους προσπάθειας, αἱ ὁποῖαι ἔλαβον χώραν εἰς τὴν Ἑλλάδα τὸν τελευταῖον καιρὸν πρὸς τὴν κατεύθυνσιν τῆς ἐπιστημονικῆς θεωρήσεως τοῦ τουριστικοῦ φαινομένου ὅπως ἢ ἐπὶ τινὰ χρόνον λειτουργία τοῦ Κέντρου Τουριστικῶν Μελετῶν τῆς Ἀνωτάτης Σχολῆς Βιομηχανικῶν Σπουδῶν, ἡ ἐρευνητικὴ ἐπὶ τοῦ τουρισμοῦ δραστηριότης τοῦ Κέντρου Προγραμματισμοῦ καὶ Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν, ἡ πρόσφατος ἰδρυσις ὑπὸ τῆς Ἑλληνικῆς Περιηγητικῆς Λέσχης Κέντρου Τουριστικῶν Ἐρευνῶν, ὡς καὶ ὠριαμένα μεμονωμένα προσπάθειαι ἰδιωτικοῦ χαρακτήρος.

Ὅπως καὶ ἐὰν ἔχουν τὰ πράγματα οἱ ἄνθρωποι τῶν τουριστικῶν ὑποθέσεων δὲν εἶναι δυνατόν ἐπὶ μακρὸν ν' ἀγκοῦν μερικὰς βασικὰς ἐπιστημονικὰς ἀρχάς, ἐν ὀνόματι μιᾶς ἐσφαλμένης ἀντιλήψεως ὅτι δῆθεν γνωρίζουν τὰ πάντα, χωρὶς οἰκονομικὰς δι' αὐτοὺς συνεπειάς. Εἰς τὴν περίπτωσιν αὐτὴν εἶναι χαρακτηριστικὴ ἡ ρῆσις τοῦ Ξενοφῶντος : «ὅποιος δὲν γνωρίζει κάτι ἐπιστημονικὰ, δὲν εἶναι οὔτε στρατηγός, οὔτε ἰατρός, ἔστω καὶ ἐὰν ἀκόμη τὸν ψηφίσουν ὡς τοιοῦτον ὅλοι οἱ ἄνθρωποι». Δὲν εἶναι νοητὸν ἓνας τομεύς, ὅπως ὁ τουρισμός, ὁ ὅποιος ἀποτελεῖ τὸ δυναμικώτερον στοιχεῖον τῆς συναλλαγματικῆς μας οἰκο-

νομίας και έλέγχει άμέσως και έμμέσως διά τών πολλαπλασιαστικών του επιδράσεων ένα σημαντικό τμήμα τού έθνικού μας εισοδήματος, να εύρίσκεται εκτός τού επιστημονικού ενδιαφέροντος και ν' αντιμετωπίζεται κατά τρόπον έμπειρικόν.

Ίσως να υπήρξαμεν υπερβολικά άπαισιόδοξοι εις ό,τι άφορξ τās δυνατότητας τού ανθρώπου τών ύποθέσεων να δεχθῆ και να άφομοιώσῃ τās συγχρόνους ιδέας επί τών θεμάτων τού τουρισμού, και από τήν Άλλην πλευράν υπερβολικά αισιόδοξοι διά τόν ρόλον, τόν όποϊον δύναται να διαδραματίσῃ ἡ επιστήμη εις τόν τομέα τού τουρισμού. 'Η αντίθεσις ανάμεσα εις τήν πείραν και τήν επιστήμην είναι δεδομένη εις κάθε εποχήν. 'Η έκτασις πού χωρίζει τās δύο άκραιν θέσεις είναι ζήτημα προσωπικῆς αντίληψεως και εκτιμήσεως. 'Η χρυσή τομή εύρίσκεται κάπου εις τήν μέσση διότι ούτε ο επιχειρηματίας βασίζεται άπόλυτα και άποκλειστικά εις τόν έμπειρισμόν, ούτε ἡ επιστήμη λύει μά κάποιον μαγικόν τρόπον τὰ προβλήματά μας. 'Η προσπάθειά μας είναι να συγκρύνωμεν τήν άπόστασιν αὐτήν. Και είναι βέβαιον πώς εις τήν σημερινήν εξέλιξιν τών πραγμάτων ἡ επιστήμη κερδίζει καθημερινῶς έδαφος εις βάρος τῆς πείρας, διότι στηρίζεται εις τήν γνώσιν και όχι εις τήν αισθησιακήν αντίληψιν. 'Εάν εις τήν περίπτωσιν τού τουρισμού ἡ γνώσις συγχροτήσῃ τήν επιστήμην και τήν επιβάλλῃ ὡς οργανικόν αὐτοῦ στοιχείον, θά ἔχῃ ἐπιτευχθῆ ένα σημαντικόν βῆμα πρός τήν κατεύθυνσιν τῆς επιστημονικῆς θεωρήσεως τού τουριστικοῦ φαινομένου.

Ρόδος, Ίανουάριος 1968

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. John M. Keynes, 'Η γενική θεωρία τῆς άπασχολήσεως τού τόκου και τού χρήματος (κατά μετάφρασιν τού Καθ. Δ. Δελιβάνη), 'Αθήναι 1955, σ. 21.
2. Μιλτ. Ι. Λογοθέτη, Προσδιοριστικοί παράγοντες τῆς τουριστικῆς προσφορᾶς και ζητήσεως, Ρόδος 1967, σ. 19-23.
3. G. Tagliacarne, *Tecnica e pratica delle ricerche di Mercato*, Μιλάνον 1964, σ. 10.
4. Μιλτ. Ι. Λογοθέτη, 'Η προβληματική τού Ροδιακοῦ τουρισμού, 'Αθήναι 1967, σ. 40.
5. Pierre Defert, *Pour une politique du Tourisme en France*, Παρίσι 1967, σ. 27.
6. Μιλτ. Ι. Λογοθέτη, Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικῆς πολιτικῆς, 'Αθήναι 1967, σ. 16.
7. Pierre Defert, *La Localisation touristique*, Βέρνη 1966, σ. 19.
8. S. Medlik, «Market feasibility approach to hotel location» εις *Revue de Tourisme*, τεῦχος 4/1966, σ. 141.