

# Η αποβιομηχανοποίηση του Τουρισμού

παραδόσεις, αποκτά εγκυκλοπαιδικό χαρακτήρα. Άλλοι περιηγητές ήταν ο Πολέμων ο Αθηναίος, Πολέμων ο Περιηγητής, Πολέμων Ιλίου ή Ιλιεύς (220 π.Χ – 160 π.Χ) ήταν Έλληνας περιηγητής, γεωγράφος, τοπογράφος, φιλόσοφος και ιστορικός που έζησε στο Ίλιο της Τρωάδος. Στην πραγματικότητα δεν είναι τόσο γνωστός και τα έργα του έχουν χαθεί σχεδόν όλα. Διασώζονται αποσπάσματα. Ωστόσο ο Πολέμων ο Αθηναίος αποτέλεσε σημαντικό «θησαυρό» και πηγή γνώσεων για όλους τους μεταγενέστερους Έλληνες (Παυσανίας, Στράβων, Πλούταρχος). Τα ταξίδια του πραγματοποιούνται στον γνωστό κόσμο, Ελλάδα-Ιταλία- Αιγύπτου. Γιατί όμως μπήκε στη λίστα αυτή ο Πολέμων; Διότι ενδιαφέρθηκε στα ταξίδια του για καλλιτεχνικούς και πολιτιστικούς θησαυρούς της

εποχής του, οι οποίοι δεν σχετίζονταν κατ' ανάγκη με τους ιερούς λατρευτικούς τόπους των θεών. Έγραψε το «Περί των κατά πόλεις επιγραμμάτων», ένα έργο για τις επιγραφές ανά τον κόσμο που συναντούσε ο Έλληνας περιηγητής. Τέλος, θεωρείται από κάποιους ένας πρώιμος ιδρυτής της αρχαιολογικής επιστήμης και έρευνας, αφού ο Πολέμων φαίνεται πως είχε συγκεκριμένη μέθοδο και διενεργούσε ένα είδος αυτοψίας στους τόπους που επισκεπτόταν. Επίσης ο Μεγασθένης ο Ίων (περ. 350 – 290 π.Χ) ήταν Έλληνας γεωγράφος και εθνογράφος, ιστορικός διπλωμάτης και πρέσβης του Σέλευκος Α' του Νικάτορος στο παλάτι του Τσαντραγκούπτα στην Παταλιπούτρα των Ινδίων (σημερινή Πάτνα). Έγραψε τα Ινδικά, την πρώτη ιστορική πηγή για τη

του Σωκράτη Αργύρη  
Επιχειρηματία

Τον άντρα, Μούσα, τον πολύτροπο να μου  
ανιστορήσεις, που βρέθηκε ως τα πέρατα του  
κόσμου να γυρνά,[...].  
Γνώρισε πολιτείες πολλές, έμαθε πολλών  
ανθρώπων τις βουλές, κι έζησε, καταμεσής στο  
πέλαγος[...]  
ΟΜΗΡΟΣ : Οδύσεια Α στ. 1-4 (Μτφρσ. Δ.Ν.  
Μαρωνίτης)

Ιστορικά μπορούμε να πούμε ότι ο πρώτος περιηγητής που η επιθυμία του ήταν να δει και να μάθει όπως ο Οδυσσέας, ήταν ο Σόλων τον 6ο αιώνα π.Χ. Στα τέλη του αιώνα, ο Εκαταίος ο Μιλήσιος συγγράφει το έργο Περίοδος Γης ή Περίπλους. Την εποχή αυτή ο όρος «περιήγηση» δηλώνει ακόμη την ξενάγηση. Η αντίθεση Ελλήνων και βαρβάρων προσφέρει στον Ηρόδοτο το ερέθισμα για τα δικά του ταξίδια. Οι κατακτήσεις του Μεγάλου Αλεξάνδρου επιτρέπουν ταξίδια σε μέρη μακρινά που αποτυπώνονται στα έργα του Νέαρχου, του Πυθέα, του Ποσειδώνιου. Η ρωμαϊκή ειρήνη θα καταστήσει τον 1ο αιώνα μ.Χ. τη χρυσή εποχή των ταξιδιών. Ο Διονύσιος ο περιηγητής καθιερώνει την περιήγηση ως ξεχωριστό φιλολογικό είδος. Γύρω στο 150 μ.Χ. συγγράφει ο Παυσανίας το μνημειώδες έργο του Ελλάδος περιήγησις που, διασώζοντας θρύλους και τοπικές





Ινδία και δικαίως θεωρείται ο πατέρας της ινδικής ιστορίας, καθώς ήταν ο πρώτος πρέσβης στα χρονικά της Ινδίας και ασχολήθηκε συστηματικά με την ιστορία και τον πολιτισμό των Ινδών. Στα Ινδικά βρισκουμε πλήθος γεωγραφικών και εθνολογικών στοιχείων για τους Ινδούς, καθώς και μύθους ή θρύλους που ήταν διάσημοι στα ελληνιστικά χρόνια. Ένας από αυτούς αναφέρει πως ο Διόνυσος (Κρίσνα) και ο Ηρακλής (Σίβα) επισκέφτηκαν τη χώρα και λατρεύτηκαν από τους ντόπιους. Αξιοσημείωτο είναι δε πως στα Ινδικά δεν αναφέρεται καθόλου ο Βουδισμός ως θρήσκευμα των Ινδών, αφού ο Βουδισμός αποκτά οπαδούς και αίγλη στα χρόνια του Ασόκα δηλαδή μετά τον Μέγα Αλέξανδρο.

Μετά το τέλος της αρχαιότητας και καθώς οι μεσαιωνικοί χρόνοι προχωρούσαν, τα λαμπρά αρχαία ελληνικά κατάλοιπα –και κυρίως αυτά της Αθήνας– άρχισαν να περνούν για τους δυτικούς στη σφαίρα του μύθου. Σχεδόν κανείς, άλλωστε, δεν έμπαινε στον κόπο να κάνει το ταξίδι μέχρι την παρηκμασμένη Αθήνα της τουρκοκρατίας για να δει τα μνημεία που μαρτυρούσαν τη δόξα του παρελθόντος της. Με τον ερχομό της Αναγέννησης, ωστόσο, και το ανανεωμένο ενδιαφέρον για τις κλασικές σπουδές, οι δυτικοί διανοούμενοι (ή απλοί ταξιδιώτες) άρχισαν να επισκέπτονται την πόλη, αναζητώντας τις εικόνες του κλασικού ιδεώδους που είχε γίνει πλέον της μόδας. Αυτοί οι πρώτοι περιηγητές ήταν που επανασύστησαν στην πραγματικότητα την Αθήνα στον κόσμο, μέσα από τα σχέδια, τις γραπτές αφηγήσεις, ακόμα και τα μικρά ή μεγαλύτερα... ενθύμια που κουβαλούσαν κατά καιρούς πίσω στις πατρίδες τους.

Ο μαζικός τουρισμός αρχίζει να μπαίνει στη ζωή μας μετά τον β' παγκόσμιο πόλεμο, που το κράτος προνοίας έδωσε χρήμα αλλά και ελεύθερο χρόνο, μέσω του συστήματος της πληρωμένης άδειας στους βιομηχανικούς εργάτες και σε μεσαία και μικρά στελέχη των επιχειρήσεων και να μπορέσουν να εκμεταλλευτούν τις συναλλαγματικές διαφορές των νομισμάτων τους σε χώρες ειδικά του μεσογειακού ευρωπαϊκού νότου, αδιαφορώντας για το πολιτικό καθεστώς των χωρών αυτών (διάβαζε Ισπανία του Φράνκου, Πορτογαλία του Σαλαζαρ, Ελλάδα των συνταγματαρχών) και να απολαύσουν τον Ήλιο τον ζωοδότη μπαίνοντας σε ξενοδοχεία που κάλυπταν απλά αυτόν τον εποχικό τουρισμό χρηματοδοτώντας τους τουριστικούς οργανισμούς και τις τουριστικές υποδομές των χωρών του νότου. Γιατί μπορεί να μιλάμε τώρα για τουριστικό προϊόν, αλλά είναι κάτι δηλαδή που οι απαιτήσεις της αγοράς μας το επέβαλαν από παράγοντες εκτός των συνόρων των τουριστικών προορισμών και όχι ως ένα προϊόν που το δημιούργησε το εγχώριο επιχειρηματικό δαιμόνιο.

Αυτό που άλλαξε ριζικά το λεγόμενο τουριστικό πακέτο ήταν οι πολιτικές αλλαγές που συνέβησαν μετά την πτώση του τοίχους του Βερολίνου. Ενώ μέχρι τότε υπήρχαν ξεχωριστοί κλάδοι όσον αφορούσε το τουριστικό πακέτο δηλαδή υπήρχαν οι αεροπορικές εταιρείες charter, που πουλούσαν συνολικά ή μέρος των θέσεων των αεροσκαφών τους, προεισπράττοντας το ποσό για τις θέσεις που τα γραφεία ταξιδιών (tour operators) είχαν αγοράσει γιατί είχαν κλείσει από την προηγούμενη χρονιά με συμβόλαια κρεβάτια σε ξενοδοχεία διαφόρων κατηγοριών ή και απλών διαμερισμάτων, μετά την πτώση του τοίχους του Βερολίνου βλέπουμε τα γραφεία ταξιδιών (tour operators) να συγχωνεύονται μέσω εξαγορών, όποτε σταματά ο ανταγωνισμός και ο έλεγχος των τιμών από τα ξενοδοχεία, τα οποία γίνονται όμηροι στις τιμολογιακές ορέξεις των τραστών τουριστικών γραφείων και με την εξαγορά των αεροπορικών εταιρειών charter, γίνονται οι μεγάλοι τουριστικοί οργανισμοί που καθορίζουν την τουριστική αγορά και τις τιμές των υπηρεσιών που ολιγοπωλιακά\*\* προσφέρουν.

Όμως το πρόβλημα στον καπιταλισμό δεν είναι μόνο η κυριαρχία στην αγορά αλλά η διαχείριση της επιχείρησης μέσα στην αγορά. Γιατί η αγορά δεν είναι ένα στατικό φαινόμενο αλλά ένα φαινόμενο που επηρεάζεται από παράγοντες που αυτοί δημιουργούν το ποσοστό ή το περιθώριο κέρδους. Επίσης τα ΔΣ των τουριστικών οργανισμών αγνοούσαν πώς λειτουργεί και τι κόστος έχει μια αεροπορική εταιρεία (η οποία λειτουργεί με κανόνες ασφαλείας υψηλού κόστους) και στην προσπάθειά τους να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους οδηγήθηκαν σε λάθη (από λάθος επιλογής αγοράς αεροσκάφους έως δρομολογίων πτήσεων με ελάχιστους επιβάτες ή και χωρίς επειδή και μόνο δεν υπήρχε συνεννόηση του εμπορικού με το τμήμα operation της εταιρείας). Θύμα αυτής της κακής πρακτικής μόνο την πρώτη χρονιά η νέα εταιρεία Thomas Cook AG έφερε ζημιές των 400 εκατομμυρίων ευρώ.

Επειδή τα περισσότερα είναι γνωστά για την κατάρρευση μιας εταιρείας που ουσιαστικά είναι θέμα χρόνου (όπως συμβαίνει δηλαδή και στην κοσμολογία) αυτό που πρέπει εμείς να τονίσουμε είναι ότι όποια τουριστική επιχείρηση καταλυμάτων δεν παρακολουθεί την εξέλιξη των εφαρμογών της τεχνολογίας, γιατί δεν μπορούμε να μιλάμε για ξενοδοχεία πια από την στιγμή που οι ίδιοι αυτοί οργανισμοί αξιολογούνται από τις εφαρμογές αξιολόγησης των καταλυμάτων από τους πελάτες χρήστες των προσφερόμενων υπηρεσιών και από την στιγμή που αυτοί οι πελάτες βρέθηκαν εντελώς τυχαία στα καταλύματα αυτά ως πελάτες της τελευταίας στιγμής θα πρέπει να γίνουν

εξωστρεφείς και να προβάλουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα και όχι να ανήκουν σε μία μάζα καταλυμάτων που μόνο η χαμηλή τιμή θα καθορίζει το οικονομικό τους μέλλον. Όσο το κριτήριο δεν θα είναι η εντοπιότητα, η καινοτομία, η τεχνολογική εξέλιξη αλλά πάνω απ' όλα η ξεχασμένη λέξη Φιλοξενία τότε μόνο θα αντιληφθούμε ότι μπήκαμε στη μεταβιομηχανική εποχή του Τουρισμού.

**\*\*Ολιγοπώλιο (Oligopoly)**  
 Ολιγοπώλιο είναι μια μορφή αγοράς στην οποία λίγες επιχειρήσεις ελέγχουν ολόκληρη την προσφορά ενός προϊόντος ή το μεγαλύτερο μέρος της. Όταν οι επιχειρήσεις είναι μόνο δύο η αγορά ονομάζεται δυοπώλιο (duopoly).  
 Η αλληλεξάρτηση των ολιγοπωλιακών επιχειρήσεων αποτελεί το κυριότερο χαρακτηριστικό γνώρισμα του

ολιγοπωλίου, η οποία μπορεί να πάρει τη μορφή αθέμιτης σύμπραξης.  
 Αποτέλεσμα της είναι η απουσία συνήθως ανταγωνισμού στην τιμή του προϊόντος γιατί αν μία επιχείρηση μειώσει την τιμή και επιτύχει σημαντική αύξηση των πωλήσεων της, θα προκαλέσει πόλεμο τιμών από τον οποίο θα ζημιωθούν όλες οι επιχειρήσεις.  
 Γι' αυτό οι ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις αποφεύγουν να μειώσουν την τιμή του προϊόντος τους και προτιμούν να δαπανούν συνήθως σημαντικά ποσά σε διαφήμιση και έρευνα για τη βελτίωση του προϊόντος, της συσκευασίας του κτλ.  
 Η είσοδος νέων επιχειρήσεων στους ολιγοπωλιακούς κλάδους είναι δύσκολη γιατί οι υπάρχουσες επιχειρήσεις διαθέτουν εδραιωμένα προϊόντα και συστήματα διανομής, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, ανεπτυγμένη τεχνολογία κ.ά., άρα χρειάζονται σημαντικά κεφάλαια από την αρχή, τα οποία είναι δύσκολο να βρεθούν από καινούριες επιχειρήσεις.

