

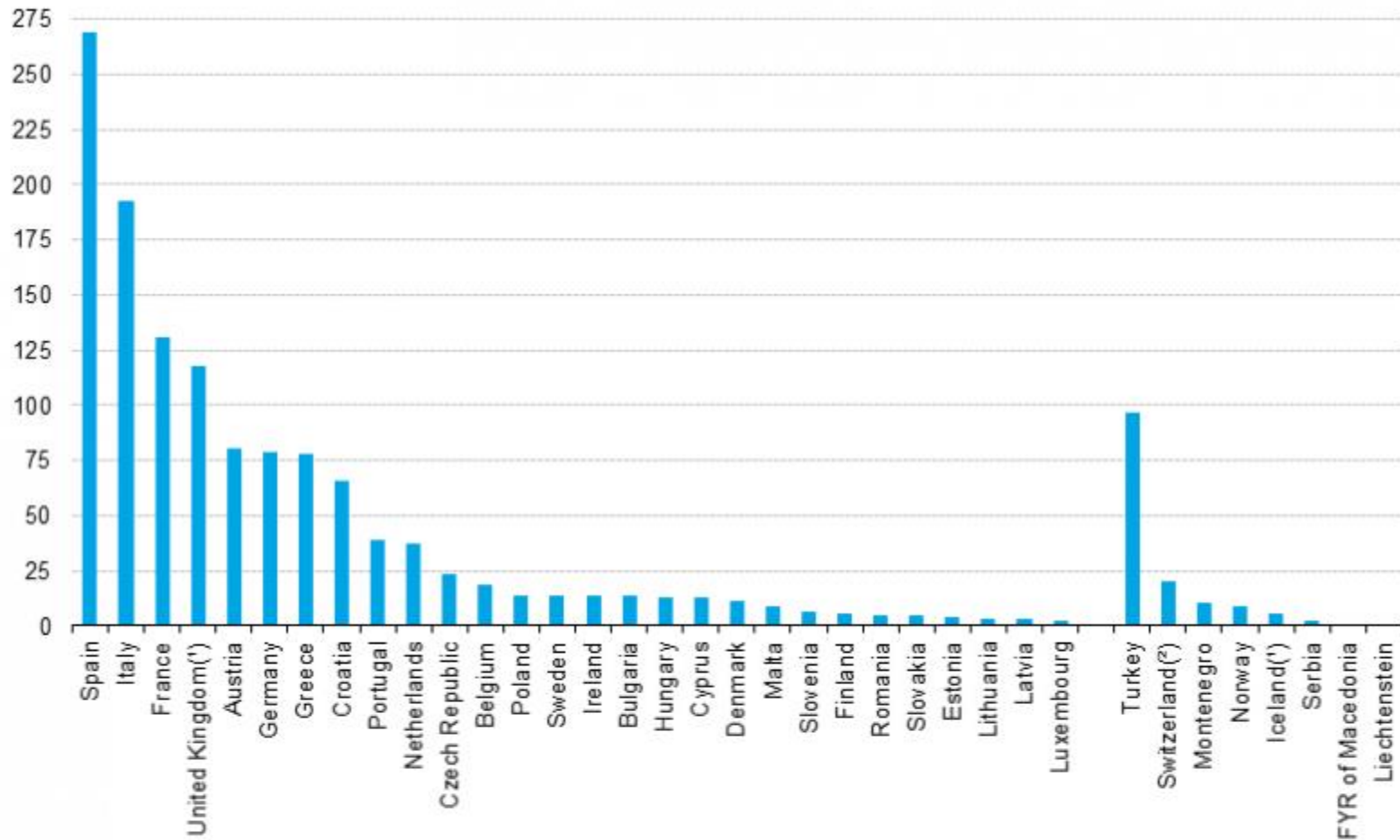
Οικονομικά του Τουρισμού και του Πολιτισμού 1

Υπεύθυνοι μαθήματος

Καθηγητής Μιχαήλ Ζουμπουλάκης

Επίκουρος Καθηγητής Θεόδωρος Μεταξάς

Αριθμός διανυκτερεύσεων τουριστών ΕΕ28+ 2015, Eurostat



(*) Number of nights spent estimated using monthly data.

(?) Excluding nights spent in holiday and other short-stay accommodation establishments.

Η οικονομική σημασία του τουρισμού

❖ Παγκόσμιος τουρισμός:

- 1,2 δις τουριστικές αφίξεις διεθνώς το 2015 (+4,4%)
- 2,8 δις διανυκτερεύσεις στην ΕΕ-28 το 2015 (Eurostat) = το 60% του πληθυσμού άνω των 15 της ΕΕ
- 578 χιλιάδες τουριστικά καταλύματα εντός της ΕΕ-28 -31 εκατομμύρια κλίνες
- \$6 τρις τουριστική δαπάνη το 2015
- ΗΠΑ \$140 δις, Ισπανία €51 δις, Γαλλία €41 δις έσοδα, Ιταλία €35 δις

❖ Τουρισμός στην Ελλάδα

- 14 δισ. ευρώ (8% του συνολικού ΑΕΠ)
- 319.500 θέσεις εργασίας (8,9% της συνολικής απασχόλησης -60% μισθ.) 2013
- 34681 καταλύματα / 1,244 εκ. κρεβάτια /98,6 εκ. διανυκτερεύσεις (Eurostat)
- 27^η θέση, μεταξύ των 184 χωρών, με βάση τη σημασία του τουρισμού και τη συμβολή του στο ΑΕΠ

Έννοιες και ορισμοί

- **Οικονομική** είναι η επιστήμη που μελετά τις δραστηριότητες των ανθρώπων που έχουν ως στόχο την παραγωγή και τη διανομή πλούτου, δηλαδή των αγαθών που επιτρέπουν την επιβίωση και την υλική ευημερία
- **Ανάγκες:** φυσιολογικές / κοινωνικές. **ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ:** εξελίσσονται, πολλαπλασιάζονται και υπόκεινται σε προσωρινό κορεσμό
- **Αγαθά:** ελεύθερα / οικονομικά (διαρκή, καταναλωτικά και υπηρεσίες)
- **Σπανιότητα** πόρων (ανθρώπινων, φυσικών και χρηματικών)
- **Εναλλακτικό κόστος:** δεν υπάρχουν δωρεάν επιλογές

Ο οικονομικός κλάδος τουρισμού/πολιτισμού

Τουρισμός είναι η κίνηση ανθρώπων που ταξιδεύουν πέρα από τον τόπο μόνιμης κατοικίας για ένα σύντομο χρονικό διάστημα για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία, όχι με σκοπό την εργασία ή το κέρδος.

Τουρισμός: ένα πρόσφατο κοινωνικό φαινόμενο της καπιταλιστικής κοινωνίας (1855) ≠ περιήγηση, προσκύνημα

Η έννοια του «**ελεύθερου χρόνου**»

Ταξιδιώτης (traveler): ο μετακινούμενος από έναν τόπο, αλλού

Επισκέπτης (visitor): ο μετακινούμενος για λιγότερο από 12 Μ

Τουρίστας (tourist): ο επισκέπτης που διανυκτερεύει για τουριστικούς σκοπούς

Εκδρομέας (excursionist): ο μετακινούμενος για 1 ημέρα

Διακρίσεις του τουρισμού

- 1. Εγχώριος τουρισμός (*domestic tourism*):** ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής
- 2. Εξερχόμενος τουρισμός (*outbound tourism*):** αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα
- 3. Εθνικός τουρισμός: (*national tourism*):** το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού (1+2)
- 4. Εισερχόμενος τουρισμός (*inbound tourism*):** ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια χώρα
- 5. Εσωτερικός τουρισμός (*internal tourism*):** το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού μιας χώρας (1+4)
- 6. Διεθνής τουρισμός (*international tourism*):** το σύνολο του εξερχόμενου και του εισερχόμενου τουρισμού (2+4)

Είδη τουρισμού

- Μαζικός τουρισμός (οργανωμένος-τυποποιημένος)
- Ατομικός-οικογενειακός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Ιαματικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Θαλάσσιος -κρουαζιέρας
- Εναλλακτικός τουρισμός
 - ✓ Εξερευνητικός –φυσιολατρικός-περιηγητικός
 - ✓ Ορειβατικός, Ορεινός
 - ✓ Οικοτουρισμός
 - ✓ Αγροτουρισμός
 - ✓ Τουρισμός περιπέτειας (ήπιας ή ακραίας)

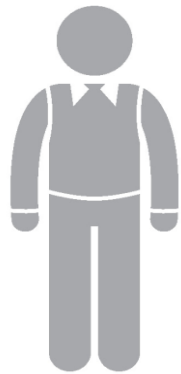
Οικονομικές διαστάσεις των τουριστικών αγαθών

- Τουριστικό προϊόν: αγαθά και υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες τουρισμού
- Τουριστικός κλάδος: δραστηριότητες που παράγουν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες (καταλύματα, γραφεία ταξιδίων, μεταφορές, είδη διατροφής, εστίαση, ξεναγοί, κέντρα πληροφόρησης, έντυπα, αναμνηστικά, οργανώσεις)
- Τουριστική ζήτηση: συμπληρωματικότητα / διάρθρωση προϊόντων
- Τουριστική προσφορά: ετερογένεια και πολύ-συνθετότητα προϊόντων

Ο κλάδος της πολιτιστικής βιομηχανίας (cultural/creative industry)

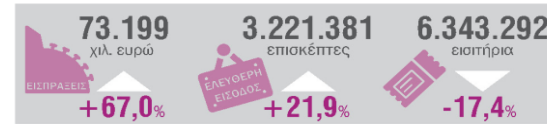
- Ο παραγωγικός τομέας που καλύπτει το χώρο του πολιτισμού, του θεάματος και των τεχνών =
- η Αρχιτεκτονική, το σχέδιο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, η διαφήμιση, ο κινηματογράφος, τα εικαστικά, η λογοτεχνία και το θέατρο, η μουσική, η φωτογραφία, οι βιβλιοθήκες και τα αρχεία, τα κάθε είδους μουσεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, οι εκδόσεις και οι αίθουσες τέχνης.
- ΟΥΝΕΣΚΟ, Παγκόσμια Τράπεζα, ΟΟΣΑ: ο πολιτισμός αποτελεί τον τέταρτο πυλώνα της βιώσιμης ανάπτυξης
- Μεγέθη: 3% ΑΕΠ-ΕΕ27, 7 εκ. εργαζόμενοι (1 εκ. αυτοαπασχολούμενοι)
- Αποτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτιστικών υποδομών: 1 εκ.€ αποδίδουν σε 5ετία 3,44 εκ.€ (ΤτΕ-Υπ.Πολ. 2014)
- Ελλάδα 2011: 1.082 πολιτιστικοί φορείς, 165 μουσεία (2,97 εκατ. Επισκέπτες), 555 Βιβλιοθήκες, 1.368 θεατρικά έργα, 4.674 παραστάσεις & 1,97 εκατ. εισιτήρια, 4.284 άτομα (2.076 καλλιτέχνες), 557 εκθέσεις

ΚΙΝΗΣΗ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ 2016



9.564.673
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
-7,3%

**Αρχαιολογικοί
χώροι**



Επισκεψιμότητα (ανά μουσείο)



1.406.096
ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ



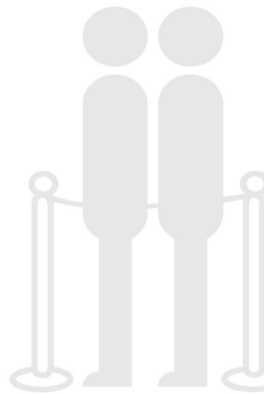
447.093
ΕΘΝΙΚΟ
ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ



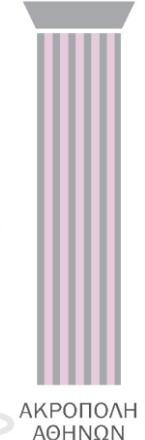
355.237
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



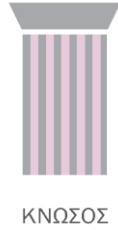
237.361
ΠΑΛΑΤΙ
ΙΠΠΟΤΩΝ
ΡΟΔΟΥ



1.807.580



611.455



423.424



421.070



Επισκεψιμότητα (ανά αρχαιολογικό χώρο)

Πηγή
ΕΛΣΤΑΤ
2017

Πίνακας 4

Η θέση της Ελλάδος στο παγκόσμιο εμπόριο προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας,
2002 και 2011 (% της συνολικής αξίας)

	<i>Εισαγωγές</i>		<i>Εξαγωγές</i>	
	<i>2002</i>	<i>2011</i>	<i>2002</i>	<i>2011</i>
<i>Όλες οι κατηγορίες</i>	<i>0,521</i>	<i>0,410</i>	<i>0,208</i>	<i>0,193</i>
- Έργα τέχνης	0,751	0,495	0,228	0,161
- Οπτικοακουστικά μέσα	0,377	0,388	0,110	0,097
- Σχέδιο	0,579	0,424	0,256	0,223
- Νέα μέσα εγγραφής ήχου και ηλεκτρονικά παιχνίδια	0,292	0,271	0,150	0,110
- Εκδόσεις	0,489	0,523	0,125	0,195
- Εικαστικές τέχνες	0,188	0,250	0,057	0,048

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013. από Λαζαρέτου 2014

Ανάλυση της λειτουργίας της αγοράς

ΑΓΟΡΑ είναι το σύνολο δραστηριοτήτων προσφοράς & ζήτησης (πληροφόρηση –κίνητρο) **εμπορευμάτων** (αγαθών & υπηρεσιών):
τι-για ποιόν-που-πώς-πόσο-πότε;

Το πρόβλημα συντονισμού προσφ. & ζήτησης → 2 εφικτές λύσεις

1. **Συντονισμός βάσει εντολών:** Έθιμα - Καταναγκασμός – Σχέδιο
2. **Συντονισμός βάσει κανόνων συμπεριφοράς:** ΑΓΟΡΑ

Ισορροπία προσφοράς & ζήτησης (το ‘ψαλίδι’ του Marshall 1890) =
ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΗ (clearing) όταν οι προτεινόμενες τιμές εξισώνουν την
προσφερόμενη με τη ζητούμενη ποσότητα = **Ισορροπία**

Οικονομικά υποδείγματα

Υποθέσεις – Παραδοχές- Συνθήκες

Ενιαία επιστημονική μέθοδος: υπόθεση-παρατήρηση-πείραμα

Η ενότητα του αντικειμένου των κοινωνικών φαινομένων και η μέθοδος της «αφαίρεσης»

υπόθεση ορθολογικής συμπεριφοράς: πλήρης, άμεση και δωρεάν γνώση, σταθερές προτιμήσεις, χωρίς αλληλεξάρτηση, ορθή χρήση μέσων για επίτευξη σκοπών με βάση την *Ισο-οριακή αρχή* (οριακό όφελος = οριακή ζημία)

παραδοχές για τους φυσικούς περιορισμούς: φθίνουσες αποδόσεις, αποδόσεις κλίμακας, αυξανόμενο κόστος

παραδοχές για κοινωνικούς περιορισμούς: νόμοι, πολιτικοί & οικονομικοί θεσμοί= ασφάλεια περιουσιακών δικαιωμάτων

Συνθήκη *ceteris paribus* = οι υπόλοιποι προσδιοριστικοί παράγοντες μένουν σταθεροί

Η κατασκευή υποδείγματος για τη ζήτηση τουριστικών καταλυμάτων σε ένα νησί

Ζήτηση: Ας υποθέσουμε ότι το μεγαλύτερο ποσό που είναι διατεθειμένος να πληρώσει κάποιος για ένα κατάλυμα είναι €100/νύχτα. Τότε

$$p = €100 \Rightarrow Q^D = 1.$$

Ας υποθέσουμε ότι η τιμή πρέπει να πέσει στα €90 για να θέλει να το νοικιάσει και κάποιος άλλος. Τότε:

$$p = €90 \Rightarrow Q^D = 2.$$

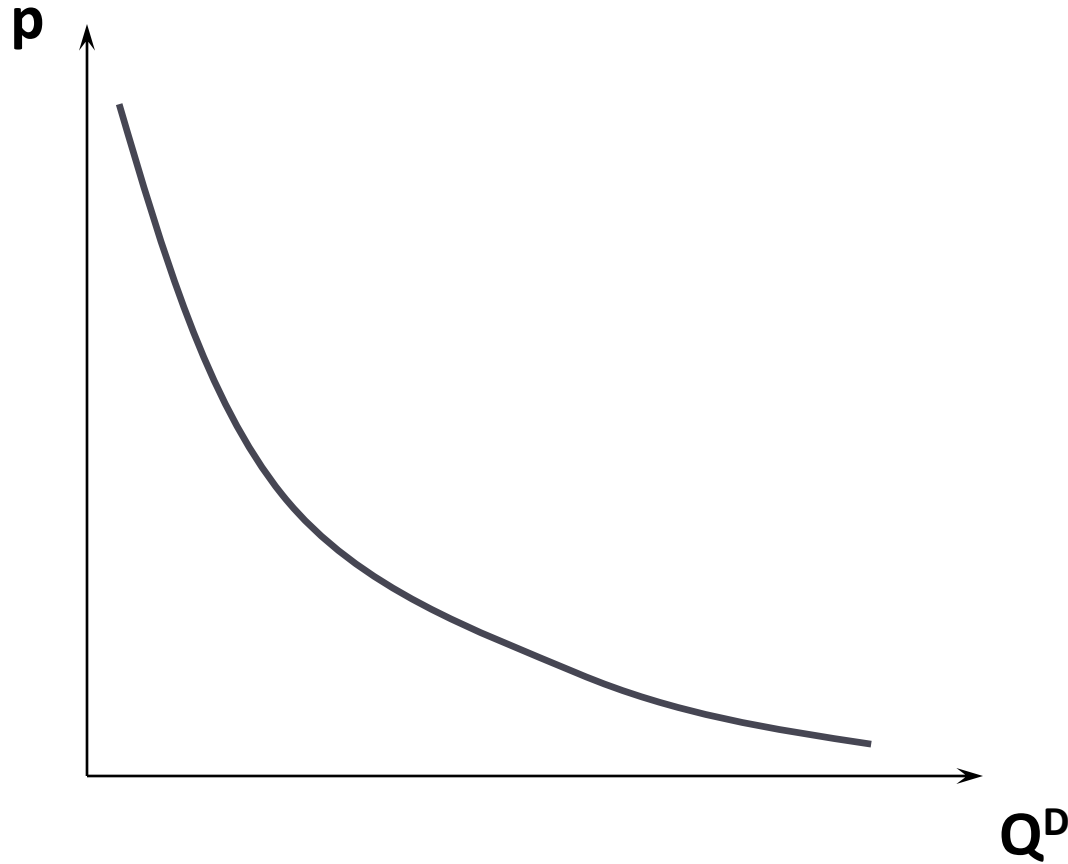
Η κατασκευή υποδείγματος για τη ζήτηση τουριστικών καταλυμάτων

Όσο χαμηλότερο είναι η τιμή p , τόσο περισσότερα είναι τα τουριστικά καταλύματα που ζητούνται

$$p \downarrow \Rightarrow Q^D \uparrow$$

Το διάγραμμα της ζητούμενης ποσότητας σε σχέση με την τιμή του κάθε δωματίου είναι η καμπύλη ζήτησης της αγοράς για τα τουριστικά καταλύματα.

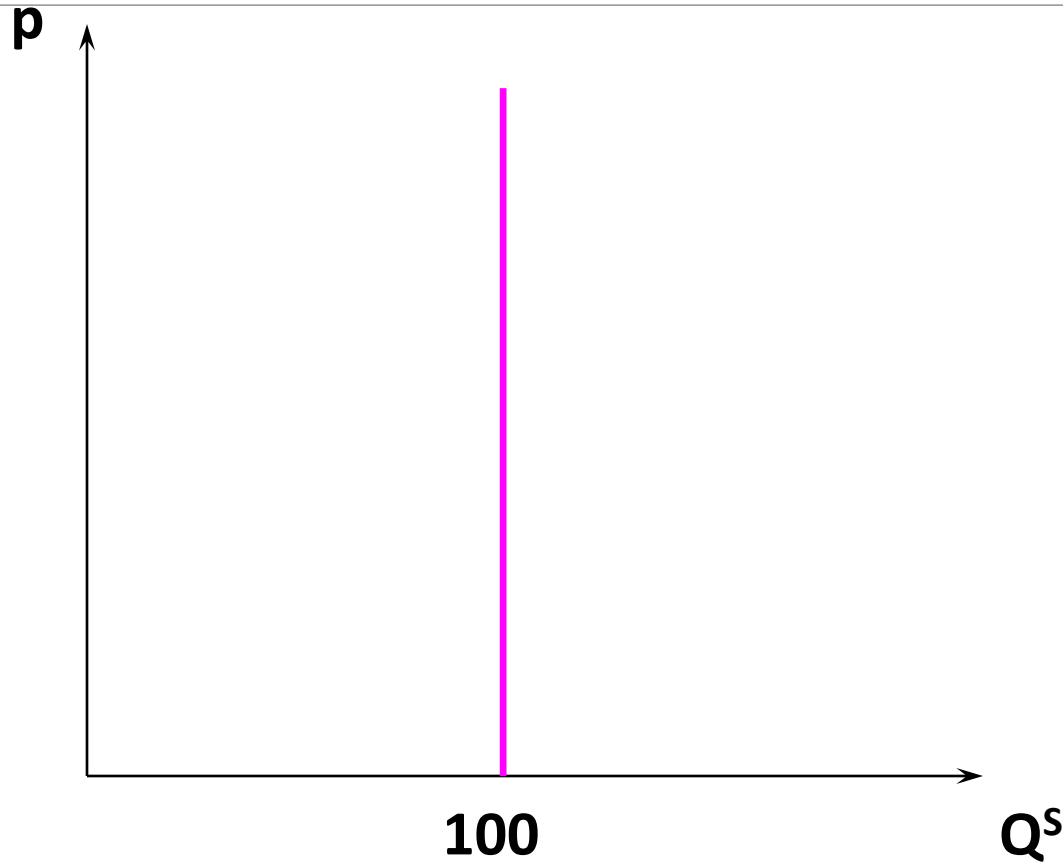
Η καμπύλη ζήτησης της αγοράς τουριστικών καταλυμάτων σε ένα νησί



Η κατασκευή υποδείγματος για την προσφορά τουριστικών καταλυμάτων

Προσφορά: Χρειάζεται χρόνος για να χτιστούν περισσότερα τουριστικά καταλύματα οπότε βραχυχρόνια η ποσότητα των διαθέσιμων διαμερισμάτων είναι σταθερή (ας πούμε 100).

Η καμπύλη προσφοράς της αγοράς για τουριστικά καταλύματα



Η. Varian, *Μικροοικονομική* © 2008 Εκδόσεις Κριτική

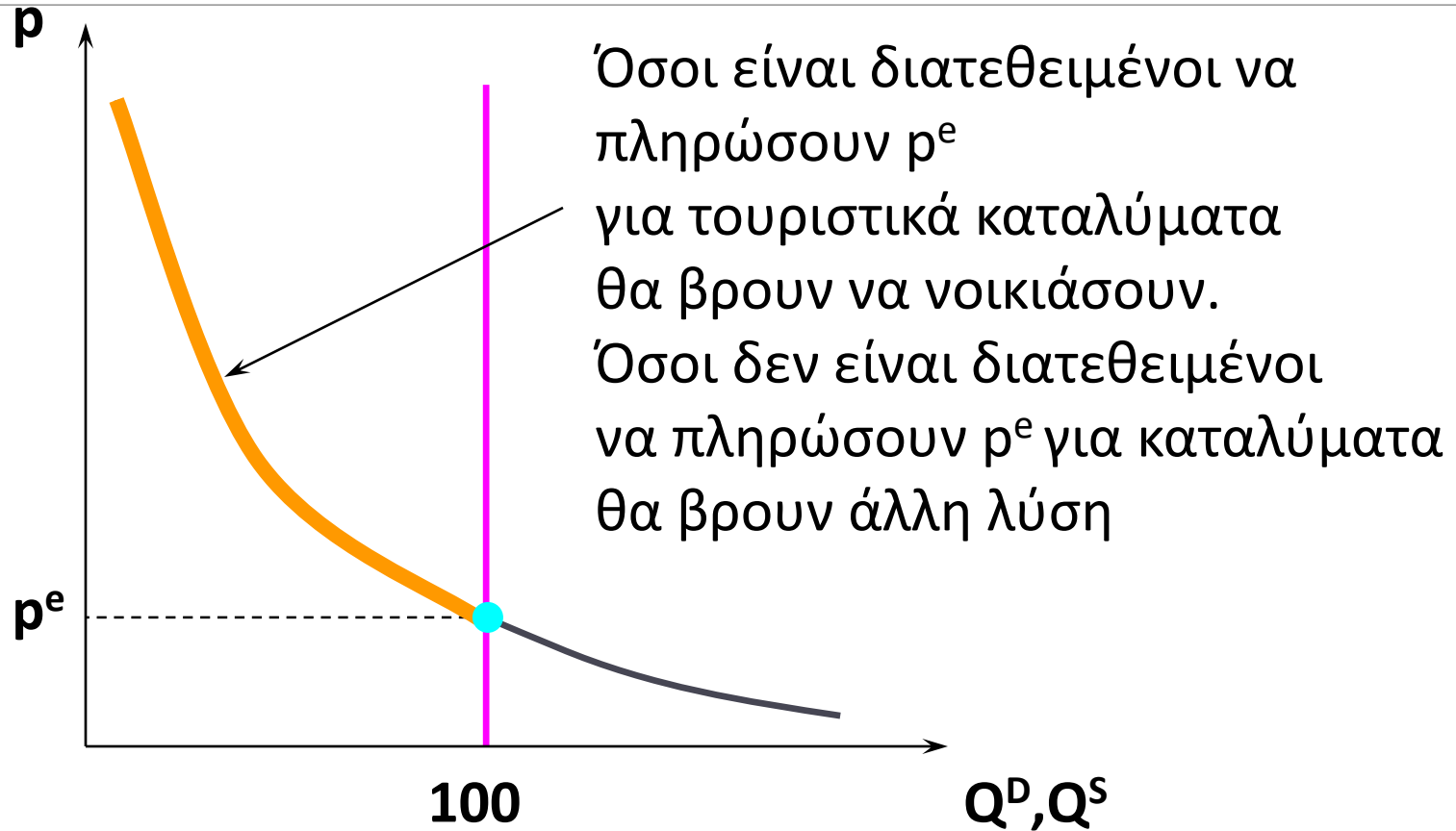
Ισορροπία της ανταγωνιστικής αγοράς

«χαμηλή» τιμή δωματίου \Rightarrow η ζητούμενη ποσότητα των τουριστικών καταλυμάτων είναι μεγαλύτερη από την προσφερόμενη \Rightarrow η τιμή θα αυξηθεί.

«υψηλή» τιμή δωματίου \Rightarrow η ζητούμενη ποσότητα είναι μικρότερη από την προσφερόμενη \Rightarrow η τιμή θα μειωθεί.

Όταν η ζητούμενη ποσότητα = προσφερόμενη ποσότητα \Rightarrow η τιμή ούτε θα αυξηθεί ούτε θα μειωθεί άρα η αγορά βρίσκεται σε ισορροπία.

Ισορροπία ανταγωνιστικής αγοράς



Συγκριτική στατική ανάλυση

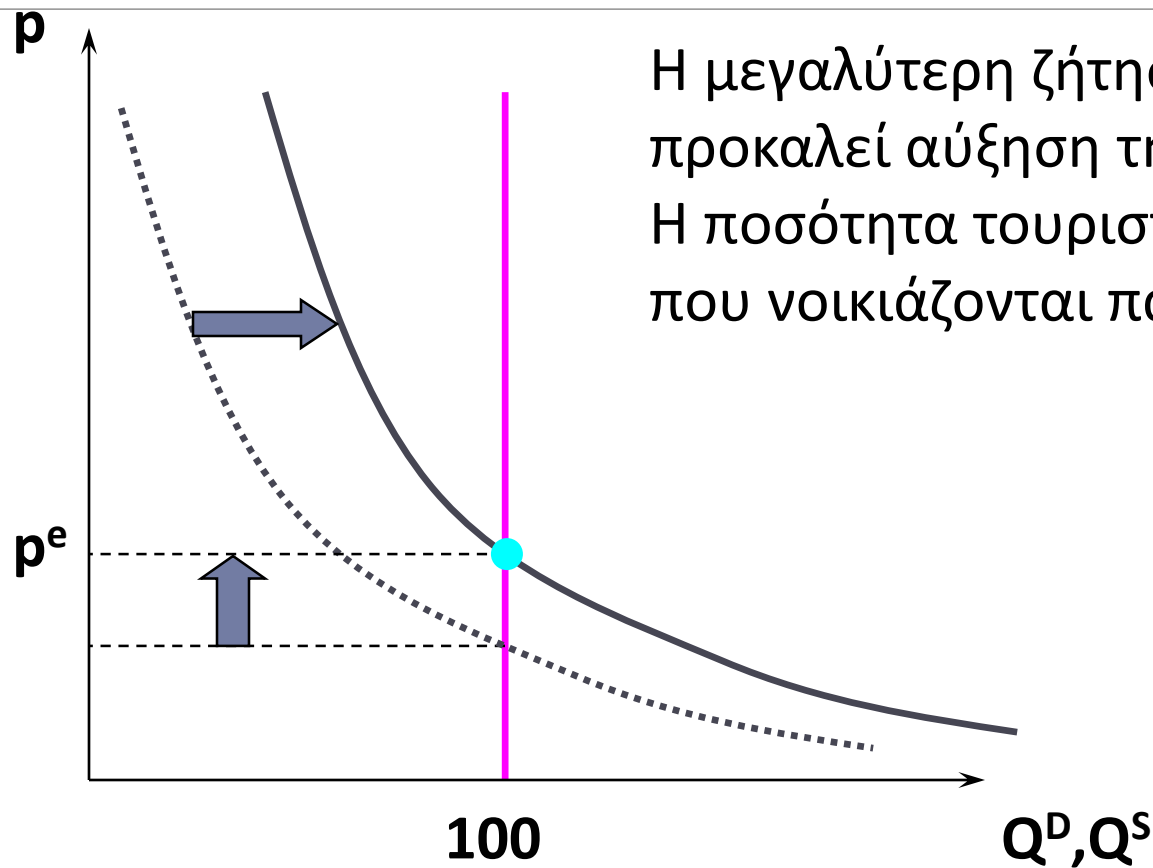
Τι είναι εξωγενές στο υπόδειγμα;

- η τιμή των εναλλακτικών καταλυμάτων
- η ποσότητα των τουριστικών καταλυμάτων
- το εισόδημα των εν δυνάμει πελατών.

□ Τι συμβαίνει αν αλλάξουν αυτές οι εξωγενείς μεταβλητές; Όταν δηλ. *cetera non paribus*?

Ας υποθέσουμε ότι η τιμή των εναλλακτικών καταλυμάτων αυξάνει → Η ζήτηση αυξάνει (μετατόπιση προς τα δεξιά), προκαλώντας αύξηση της τιμής για τουριστικά καταλύματα .

Ισορροπία ανταγωνιστικής αγοράς



Η μεγαλύτερη ζήτηση προκαλεί αύξηση της τιμής.
Η ποσότητα τουριστικών καταλυμάτων που νοικιάζονται παραμένει ίδια

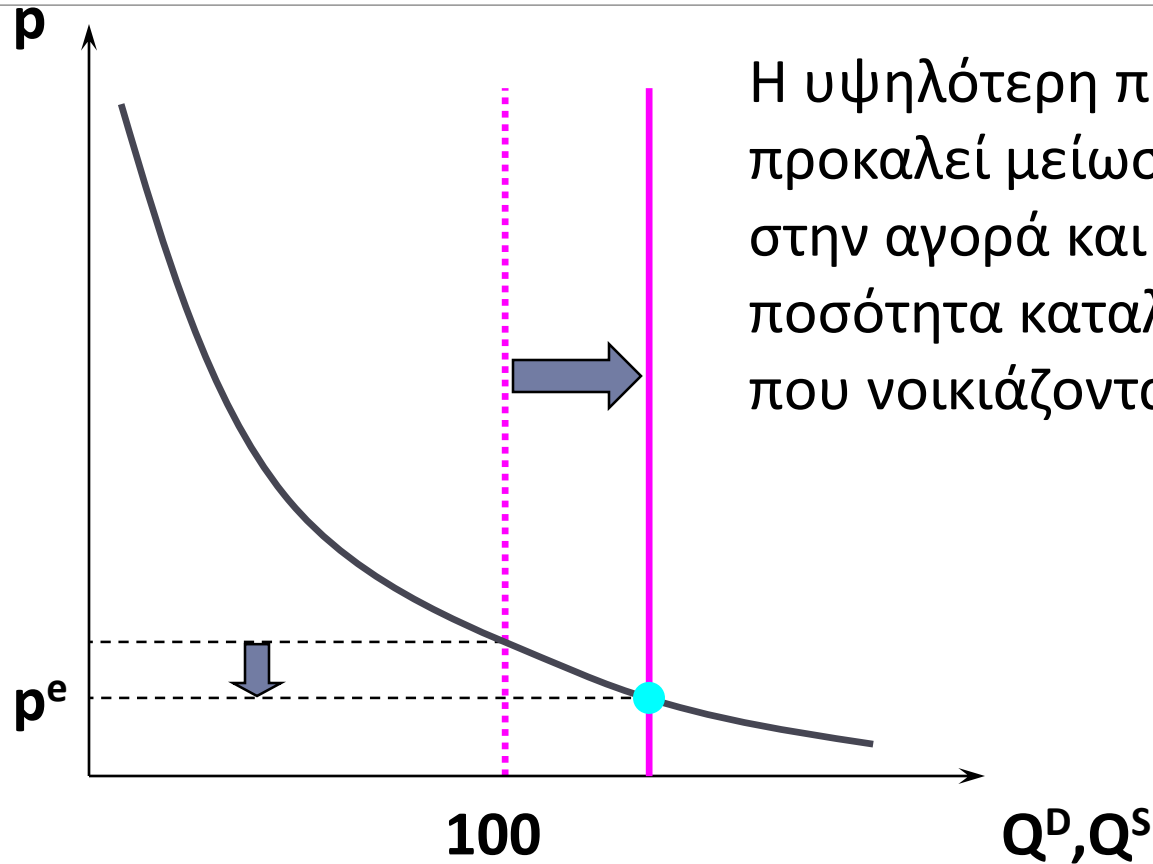
Συγκριτική στατική ανάλυση

Ας υποθέσουμε ότι κτίζονται περισσότερα τουριστικά καταλύματα.

Η προσφορά είναι μεγαλύτερη, άρα ...

η τιμή για τουριστικά καταλύματα μειώνεται.

Ισορροπία της αγοράς



Η υψηλότερη προσφορά προκαλεί μείωση της τιμής στην αγορά και μεγαλύτερη ποσότητα καταλυμάτων που νοικιάζονται

H. Varian, *Μικροοικονομική* © 2008 Εκδόσεις Κριτική

Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Ο νόμος της ζήτησης ισχύει μόνον όταν οι άλλοι παράγοντες παραμένουν σταθεροί

- 1) Διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών
- 2) Προτιμήσεις (μόδα, διαφήμιση)
- 3) Τιμές υποκατάστατων και συμπληρωματικών αγαθών, δηλ. άλλων συναφών προορισμών και άλλων απαραίτητων υπηρεσιών
- 4) Υποδομές μεταφορών –ευκολία πρόσβασης –κόστος ζωής
- 5) Σημαντικό γεγονός (event)- θεματικό πάρκο
- 6) Αβεβαιότητα (οικονομική συγκυρία)

Όταν δηλ. αυτοί οι παράγοντες μεταβάλλονται η αντίστροφη σχέση τιμής/ποσότητας δεν ισχύει

Εισοδηματικοί περιορισμοί

Ε: Πότε ένας συνδυασμός (x_1, \dots, x_n) είναι προσιτός σε τιμές p_1, \dots, p_n ?

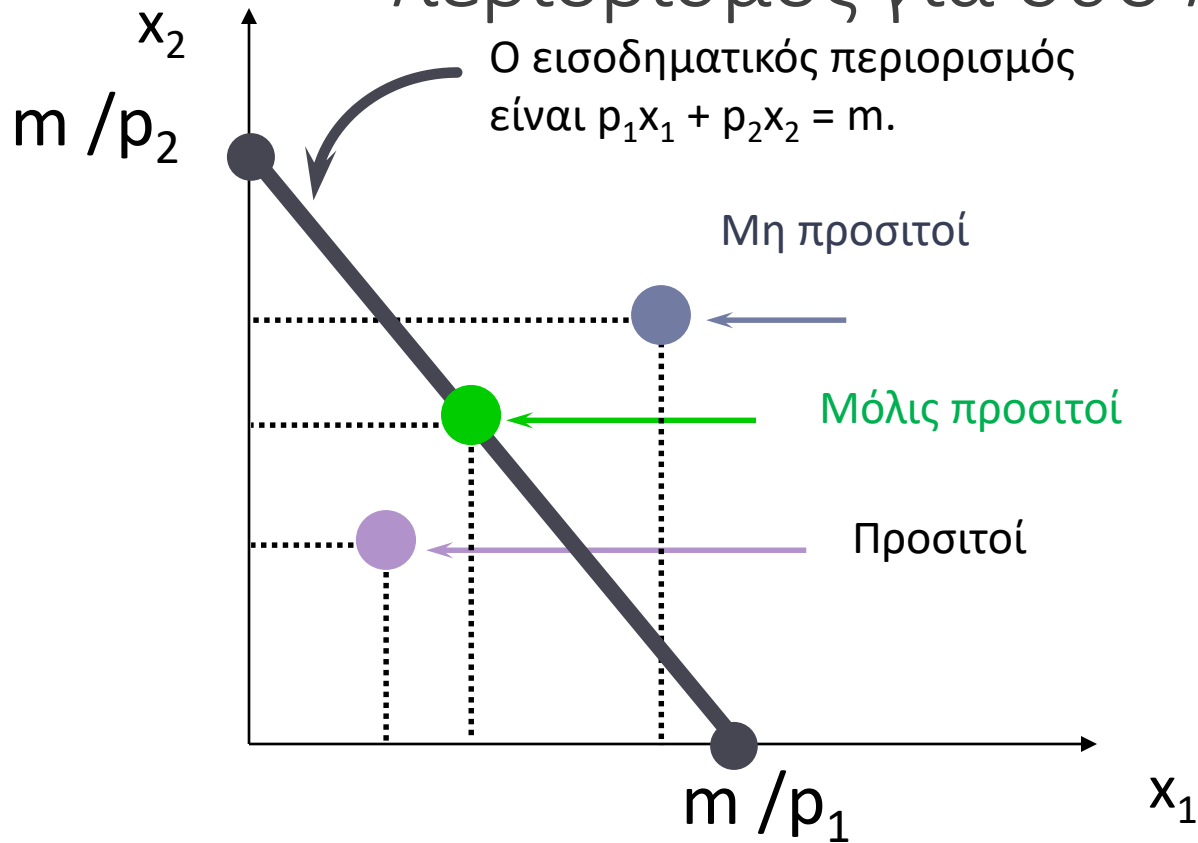
Όταν: $p_1x_1 + \dots + p_nx_n \leq m$
όπου m είναι το (διαθέσιμο) εισόδημα του καταναλωτή.

Οι προσιτοί συνδυασμοί συνιστούν τον εισοδηματικό περιορισμό του καταναλωτή.

$\{ (x_1, \dots, x_n) \mid x_1 \geq 0, \dots, x_n \geq 0 \text{ και } p_1x_1 + \dots + p_nx_n = m \}$.

Ο εισοδηματικός περιορισμός είναι το άνω όριο του συνόλου καταναλωτικών δυνατοτήτων.

Σύνολο καταναλωτικών δυνατοτήτων και εισοδηματικός περιορισμός για δύο προϊόντα



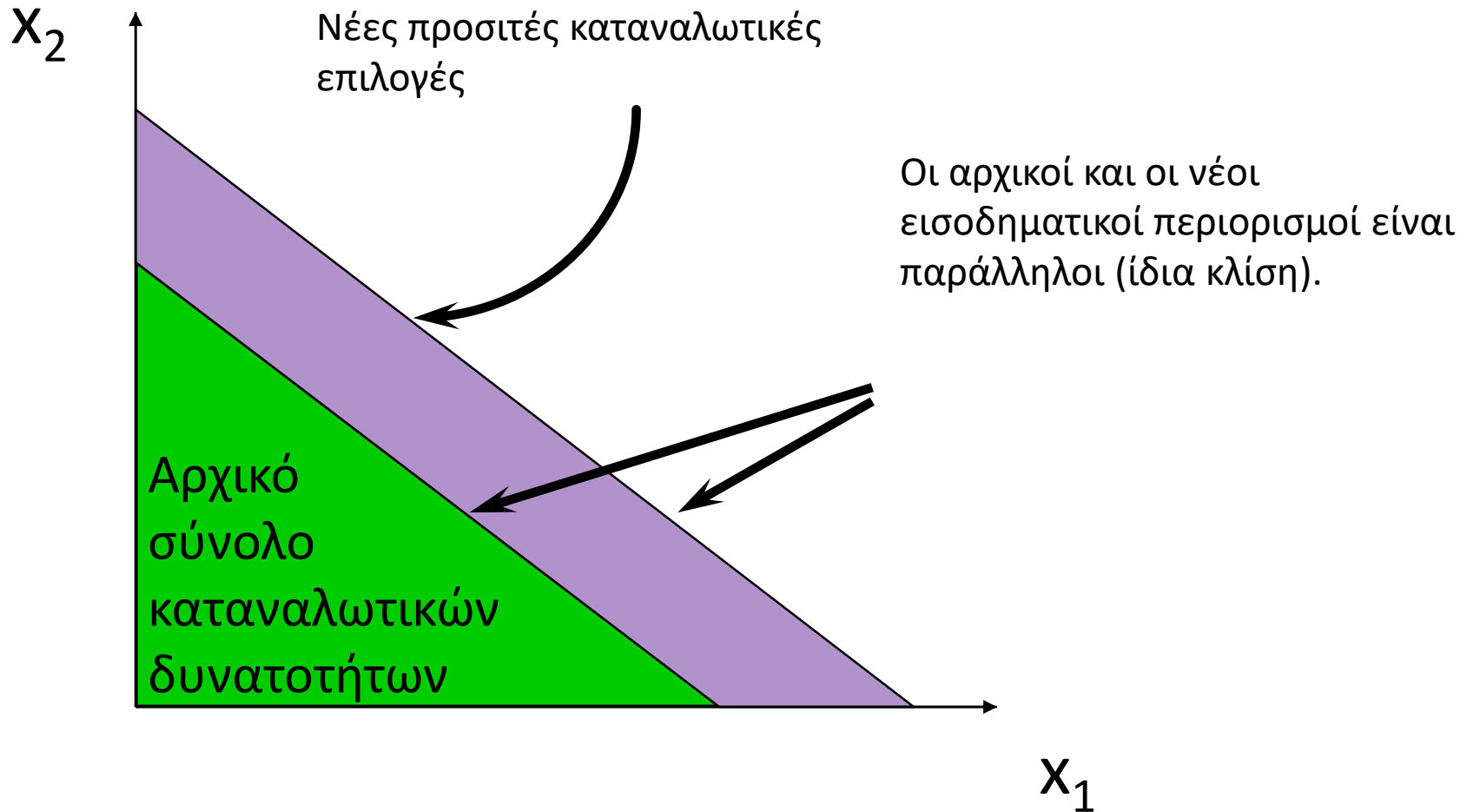
Σύνολο καταναλωτικών δυνατοτήτων και περιορισμοί· αλλαγές εισοδήματος και τιμών

Ο εισοδηματικός περιορισμός και το σύνολο καταναλωτικών δυνατοτήτων εξαρτώνται από τις τιμές και το εισόδημα. Τι συμβαίνει όταν αλλάζουν οι τιμές ή το εισόδημα;

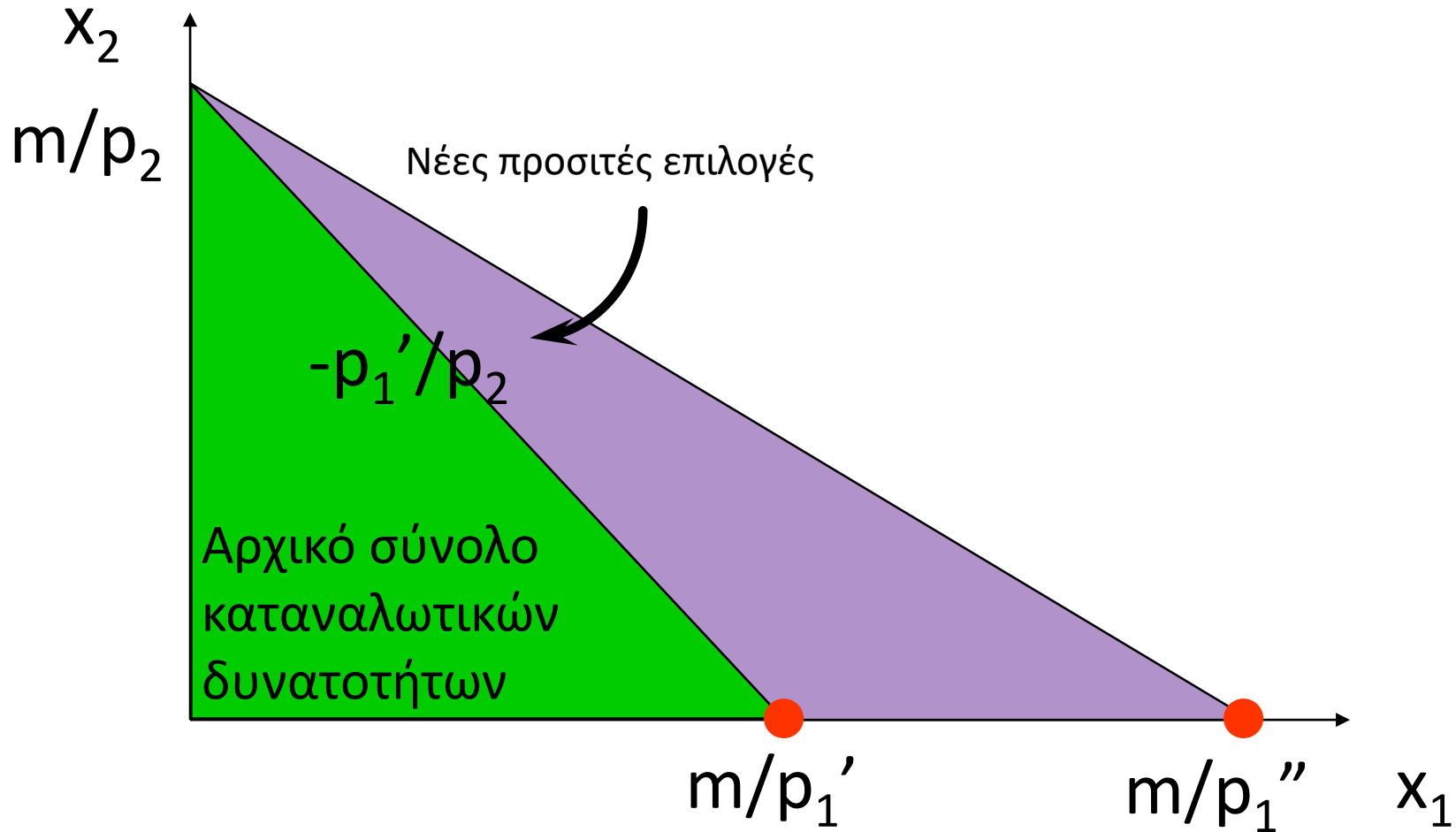
Το εισόδημα αυξάνεται ή μειώνεται ατομικά (αυξήσεις, μπόνους) ή ομαδικά (πχ. φόροι, εισοδηματική πολιτική, συλλογικές συμβάσεις)

Οι τιμές αυξάνονται ή μειώνονται ατομικά ή ομαδικά (πχ. ΦΠΑ)

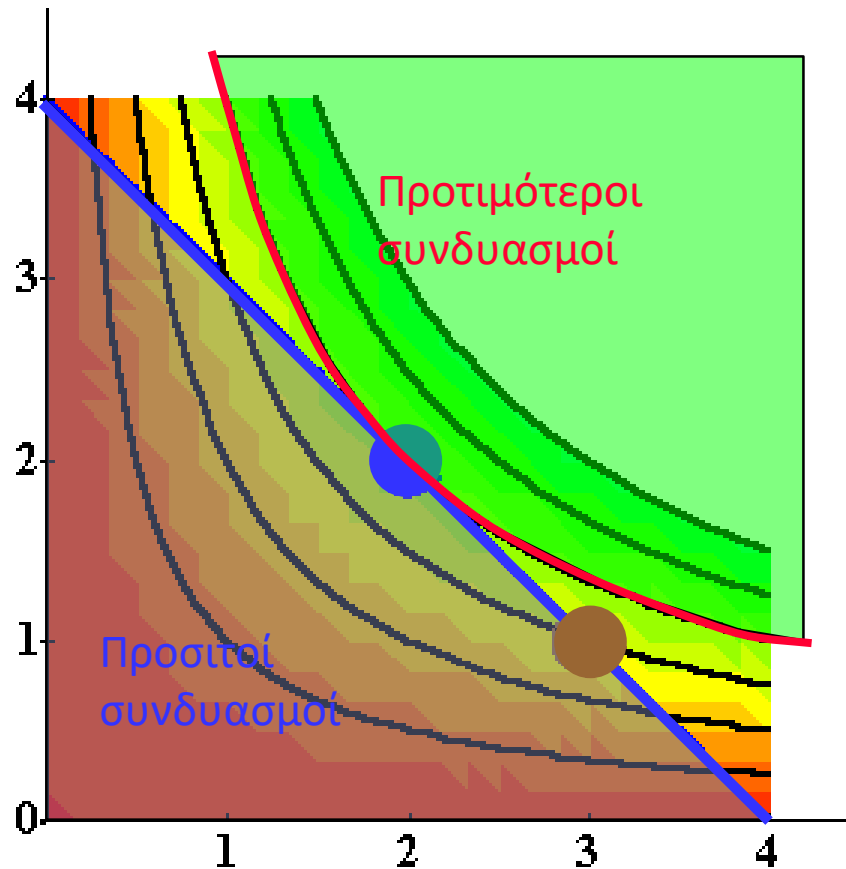
Το υψηλότερο εισόδημα προσφέρει περισσότερες επιλογές



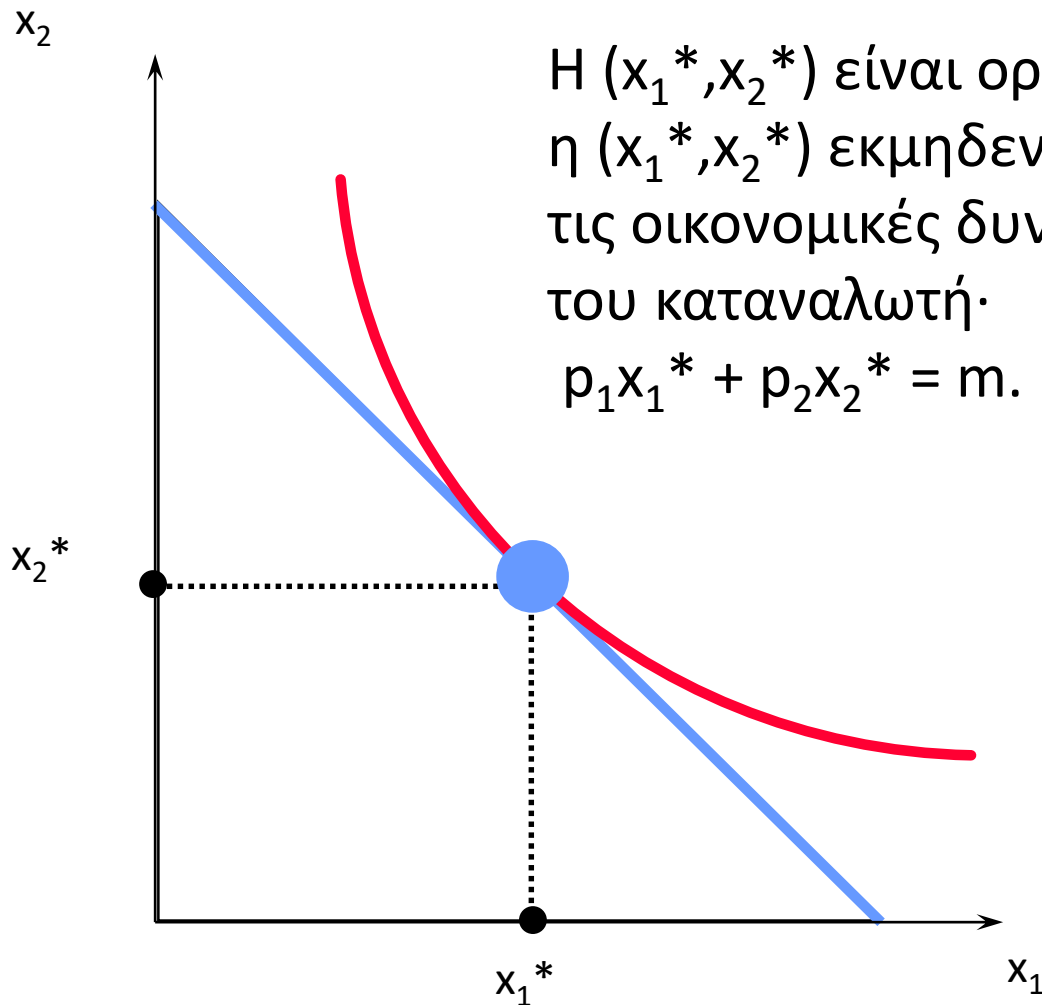
Πώς το σύνολο καταναλωτικών δυνατοτήτων και ο εισοδηματικός περιορισμός αλλάζουν όταν η p_1 μειώνεται από p_1' σε p_1'' ;



Προτιμήσεις & περιορισμένη επιλογή



Ορθολογικά περιορισμένη επιλογή



Επιπτώσεις μεταβολών στο εισόδημα

Ένα αγαθό, η ζητούμενη ποσότητα του οποίου αυξάνεται ανάλογα με το εισόδημα ονομάζεται **κανονικό**. Γι' αυτό και η καμπύλη Engel ενός κανονικού αγαθού έχει θετική κλίση.

Ένα αγαθό, η ζητούμενη ποσότητα του οποίου μειώνεται όσο αυξάνεται το εισόδημα ονομάζεται **κατώτερο ως προς το εισόδημα** (*Giffen goods*). Η καμπύλη Engel ενός κατώτερου ως προς το εισόδημα αγαθού είναι αρνητικά κεκλιμένη.

Κατώτερα αγαθά στον τουρισμό: ενοικιαζόμενα δωμάτια, ξενοδοχεία bed & breakfast, ξενοδοχεία με ένα *

Αγαθά πολυτελείας; “αποτέλεσμα επίδειξης” (*Veblen goods*)

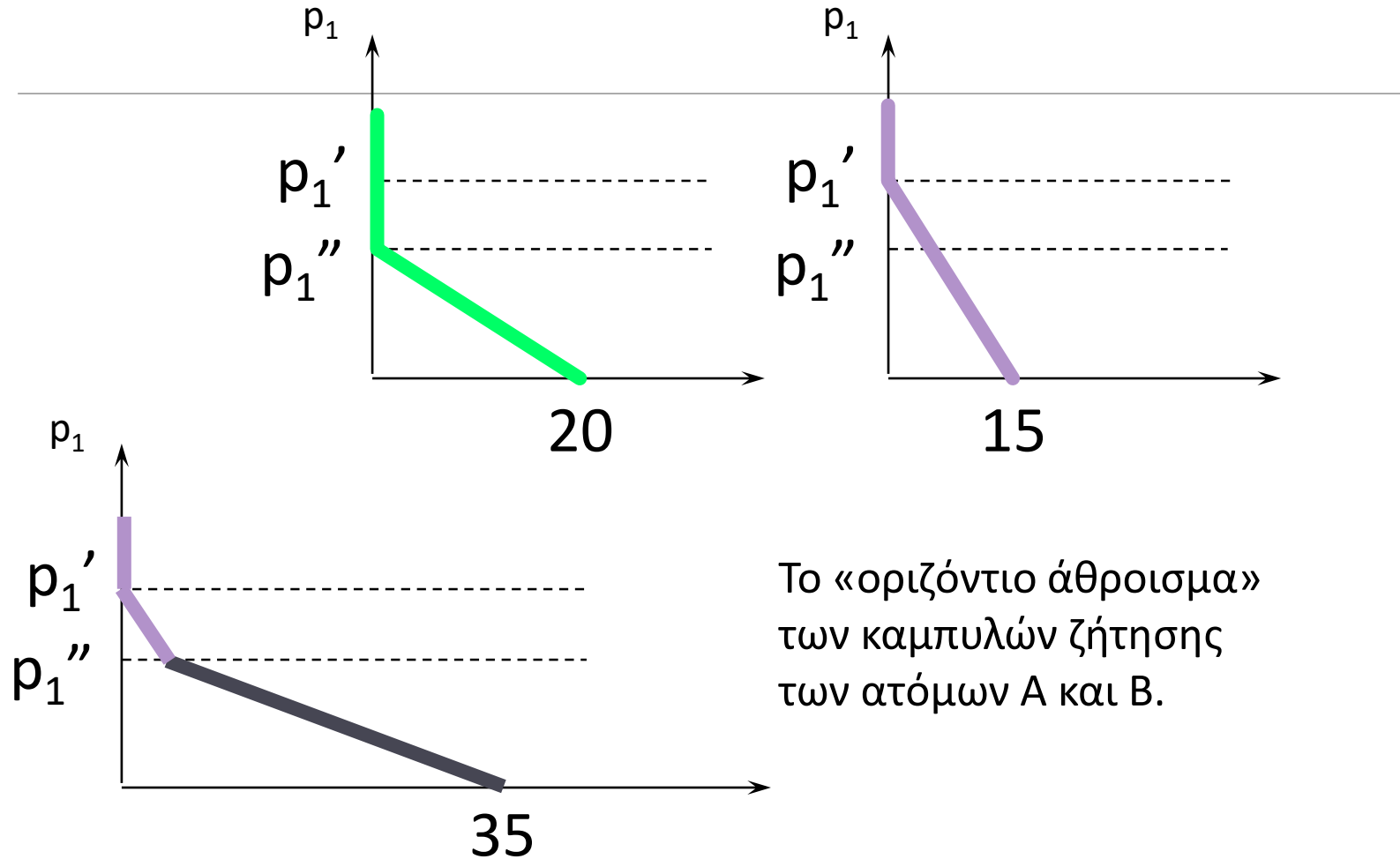
Όταν αυξάνεται το συνολικό εισόδημα, η ζήτηση πέντε ***** μειώνεται (μετατόπιση σε ακριβότερους προορισμούς, προσωρινά έως ότου έλθουν οι νέοι πλούσιοι)

Από τις συναρτήσεις της ατομικής ζήτησης σε εκείνες της ζήτησης της αγοράς

Η καμπύλη ζήτησης της αγοράς είναι το «οριζόντιο άθροισμα» των ατομικών καμπυλών ζήτησης των καταναλωτών.

Έστω ότι υπάρχουν μόνο δύο καταναλωτές· $i = A, B$.
Τότε:

Από τις συναρτήσεις της ατομικής ζήτησης σε εκείνες της ζήτησης της αγοράς



Το «οριζόντιο άθροισμα» των καμπυλών ζήτησης των ατόμων A και B.

Ελαστικότητες

Η ελαστικότητα μετρά την «ευαισθησία» μιας μεταβλητής (X) σε σχέση με μια άλλη μεταβλητή (Y):

$$\epsilon_{x,y} = \frac{\% \Delta x}{\% \Delta y}$$

$$\epsilon = (-) \frac{\% \text{ μεταβολή ζητούμενης ποσ. τουριστικού προϊόντος}}{\% \text{ μεταβολή ζητούμενης τιμής τουριστικού προϊόντος}}$$

Οικονομικές εφαρμογές της ελαστικότητας

Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν τις ελαστικότητες για να μετρήσουν την ευαισθησία

- της ζητούμενης ποσότητας του αγαθού i σε σχέση με την τιμή του αγαθού i (ελαστικότητα ζήτησης ως προς την ίδια τιμή)
- της ζήτησης του αγαθού i σε σχέση με την τιμή του αγαθού j (ελαστικότητα ζήτησης ως προς τη σχέση των τιμών).
- της ζήτησης για το αγαθό i σε σχέση με το εισόδημα (ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα)
- της επίδρασης στη δαπάνη του καταναλωτή και στα έσοδα της επιχείρησης
- της προσφερόμενης ποσότητας του αγαθού i σε σχέση με την τιμή του αγαθού i (ελαστικότητα της προσφοράς ως προς την ίδια τιμή)

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς την ίδια τιμή

Αν η αύξηση της τιμής ενός αγαθού προκαλεί μικρή μείωση της ζητούμενης ποσότητας, τότε, η τουριστική δαπάνη αλλά και τα έσοδα των πωλητών αυξάνονται.

Γι' αυτό και η **ανελαστική** ως προς την ίδια τιμή ζήτηση προκαλεί **αύξηση των εσόδων** των πωλητών καθώς αυξάνεται η τιμή.

Αν η αύξηση της τιμής ενός αγαθού προκαλεί μεγάλη μείωση της ζητούμενης ποσότητας, τότε, η τουριστική δαπάνη τα έσοδα των πωλητών μειώνονται.

Γι' αυτό και η **ελαστική** ως προς την τιμή ζήτηση προκαλεί τη **μείωση των εσόδων** των πωλητών καθώς η τιμή αυξάνεται.

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή

Ανελαστική ζήτηση ως προς την ίδια τιμή: $0 \leq |\epsilon| < 1$
η αύξηση της τιμής προκαλεί την αύξηση του εσόδου των πωλητών.
(Απολύτως ανελαστική όταν $\epsilon=0$)

Ζήτηση μοναδιαίας ελαστικότητας: $|\epsilon| = 1$
η αύξηση της τιμής δεν προκαλεί καμία αλλαγή στο έσοδο των πωλητών.

Ελαστική ζήτηση ως προς την ίδια τιμή: $|\epsilon| > 1$
η αύξηση της τιμής προκαλεί τη μείωση του εσόδου των πωλητών. (Απολύτως ελαστική όταν $\epsilon \rightarrow \infty$)

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή

Παράδειγμα: τουριστική ζήτηση για τον προορισμό «Γαλλία» 1975-2003

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς τιμή των Γερμανών τουριστών: 0,25

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς τιμή των Ισπανών τουριστών : 0,06

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς τιμή των Ιταλών τουριστών : 0,21

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς τιμή των Βρετανών τουριστών : 0,16

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς τιμή των Αμερικανών τουριστών : 0,16

Συμπέρασμα: το τουριστικό πακέτο «Γαλλία» έχει ανελαστική ζήτηση ως προς την τιμή του

Πηγή: Botti et al. 2013

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα

Πως αντιδρά η ζήτηση αν αυξηθεί (μειωθεί) το εισόδημα; Αν η αύξηση (μείωση) του εισοδήματος προκαλεί αύξηση της ζητούμενης ποσότητας, τότε, η καταναλωτική δαπάνη όπως και τα έσοδα των πωλητών του κλάδου αυξάνονται (μειώνονται).

Όταν είναι **ανελαστική** ζήτηση ως προς το εισόδημα σημαίνει ότι η % αύξηση του εισοδήματος είναι μεγαλύτερη από τη % αύξηση της Ζήτησης, άρα **μικρή αύξηση** των εσόδων των πωλητών του κλάδου.

Αν η αύξηση του εισοδήματος προκαλεί μεγάλη μείωση της ζητούμενης ποσότητας, τότε, τα έσοδα των πωλητών μειώνονται (βασικά ή κατώτερα αγαθά).

Αντίθετα η **ελαστική** ζήτηση ως προς το εισόδημα προκαλεί **μεγάλη αύξηση** των εσόδων των πωλητών καθώς η % αύξηση του εισοδήματος είναι μικρότερη από τη % αύξηση της Ζήτησης ολόκληρου του κλάδου.

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα

Ανελαστική ζήτηση ως προς το εισόδημα: $0 \leq \epsilon < 1$

η αύξηση του προκαλεί μικρότερη αύξηση της ζήτησης, άρα μείωση του εσόδου των πωλητών/ αγαθά πρώτης ανάγκης (πχ. Τρόφιμα)

Ζήτηση μοναδιαίας ελαστικότητας: $\epsilon = 1$

η αύξηση του εισοδήματος δεν προκαλεί καμία αλλαγή στο έσοδο των πωλητών.

Ελαστική ζήτηση ως προς το εισόδημα: $\epsilon > 1$

η αύξηση του προκαλεί σχετική αύξηση του εσόδου των πωλητών/ αγαθά πολυτελείας πχ. προορισμοί πολυτελείας.

Έσοδο και ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα

Παράδειγμα: τουριστική ζήτηση για τον προορισμό «Γαλλία» 1975-2003

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα Γερμανών τουριστών: 0,002

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα των Ισπανών τουριστών : 0,23

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα των Ιταλών τουριστών : 0,51

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα των Βρετανών τουριστών : 1,55

Ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα Αμερικανών τουριστών : 1,66

Συμπέρασμα: το τουριστικό πακέτο «Γαλλία» έχει ανελαστική ζήτηση ως προς το εισόδημα για τους Γερμανούς, Ισπανούς και Ιταλούς. Αντίθετα έχει ελαστική ως προς το εισόδημα των Αμερικανών και των Βρετανών αφού θεωρείται προορισμός πολυτελείας

Πηγή: Botti et al. 2013