



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Τουριστική Οικονομική

Ενότητα #6: Το τουριστικό προϊόν και τα
χαρακτηριστικά του

Ευάγγελος Τζουβελέκας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται στην άδεια χρήσης Creative Commons και ειδικότερα

*Αναφορά – Μη εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγο Έργο 3.0 Ελλάδα
(Attribution – Non Commercial – Non-derivatives 3.0 Greece)*



CC BY-NC-ND 3.0 GR

[ή επιλογή ενός άλλου από τους έξι συνδυασμούς]

[και αντικατάσταση λογότυπου άδειας όπου αυτό έχει μπει (σελ. 1, σελ. 2 και τελευταία)]

- Εξαιρείται από την ως άνω άδεια υλικό που περιλαμβάνεται στις διαφάνειες του μαθήματος, και υπόκειται σε άλλου τύπου άδεια χρήσης. Η άδεια χρήσης στην οποία υπόκειται το υλικό αυτό αναφέρεται ρητώς.

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Κρήτης**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Σκοποί ενότητας

- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος;

Περιεχόμενα ενότητας

- Έννοια τουριστικής προσφοράς
- Παράγοντες του τουριστικού προϊόντος
- Τυπολογία του τουριστικού προϊόντος
- Χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος

Η τουριστική προσφορά

Το σύνολο των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που προτείνεται από τον τουριστικό τομέα στους καταναλωτές σε συγκεκριμένη τιμή.

Τουριστικό προϊόν: σύνθετο προϊόν

$$X = X (T, H, P)$$

X: τουριστικό προϊόν

T: μεταφορικά μέσα

H: τουριστικό κατάλυμα

P: υπηρεσίες αναψυχής & λοιπές διευκολύνσεις

Το τουριστικό προϊόν ως COMPACK (Σύνθετο Πακέτο)

Το τουριστικό προϊόν από την άποψη της καταναλωτικής συμπεριφοράς

Ορίζεται ως προς τον τρόπο που ικανοποιείται η τουριστική ζήτηση:

- Μέσω **καναλιών αυτοκατανάλωσης**, δηλαδή με αγορά των μεταβλητών του τουριστικού προϊόντος
- Μέσω της αγοράς ενός οργανωμένου προϊόντος (**τουριστικό πακέτο**)

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_1

- Παράγοντες έλξης:
 - Φυσικό τοπίο και κλίμα
 - Δασικοί πόροι και όρη
 - Χλωρίδα και πανίδα
 - Θάλασσα και πλαζ
 - Υδάτινοι πόροι

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_2

- Παράγοντες έλξης (συν.):
 - Ιστορικά μνημεία
 - Λαϊκή τέχνη και φολκλόρ
 - Τουριστική ψυχαγωγία
 - Συμπεριφορά κατοίκων
 - Καταστήματα

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_3

- Παράγοντες έλξης (συν.):
 - Εξωτισμός
 - Ευκαιρίες αναψυχής
 - Ποιοτική διατροφή
 - Υγιεινή
 - Κόστος υπηρεσιών

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_4

- Παράγοντες παραγωγής:
 - Εργασία
 - Μάνατζμεντ
 - Κεφάλαιο
 - Φυσικοί πόροι
 - Πολιτιστικοί πόροι

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_5

- Παράγοντες τουριστικών υπηρεσιών:
 - Καταλύματα
 - Εστιατόρια
 - Μεταφορές
 - Δίκτυο οργάνωσης δημόσιων/ιδιωτικών τουριστικών υπηρεσιών
 - Εμπόριο

Παράγοντες του σύνθετου τουριστικού προϊόντος_6

- Παράγοντες τουριστικών υπηρεσιών (συν.):
 - Τράπεζες
 - Υποδομές
 - Δίκτυα επικοινωνίας
 - Ασφάλεια
 - Προσωπικές υπηρεσίες

Το τουριστικό προϊόν από την άποψη του μάρκετινγκ

- Κύριο ή ουσιαστικό προϊόν
- Σχηματικό προϊόν
- Διευρυμένο προϊόν

Επίπεδα τουριστικού προϊόντος

- Πρώτο επίπεδο: ως συνδυασμός ιδιωτικών αγαθών και υπηρεσιών με δημόσια αγαθά και υπηρεσίες («μικτό» αγαθό)
- Δεύτερο επίπεδο: ως εκδοχή εμπορικών αγαθών και υπηρεσιών (τουριστικό πακέτο)

Μεταβλητές του τουρισμού ως λειτουργικού συστήματος

- Τουρίστες
- Ελκτικοί πόροι
- Τουριστικές υπηρεσίες
- Βασικές υποδομές
- Μεταφορά επισκεπτών
- Υποσύστημα πληροφόρησης
- Υποσύστημα μηχανισμών προβολής και εμπορευματοποίησης

Υλική/άυλη υπόσταση του τουριστικού προϊόντος

- Υλική υπόσταση
 - Φυσικό πλαίσιο
 - Τουριστική υποδομή και ανωδομή
 - Συμπληρωματικά προϊόντα
- Άυλη υπόσταση
 - Υπηρεσίες
 - Ψυχολογικά στοιχεία

Πληθώρα εμπλεκομένων και ετερογένεια

- Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστικών προϊόντων δεν εμφανίζει οριζόντια ή κάθετη διάταξη στο πλαίσιο λειτουργίας ενός μοναδικού οργανισμού
- Το τουριστικό προϊόν αποτελεί συνισταμένη μιας βιωματικής εμπειρίας του τουρίστα

Τόπος εγκατάστασης του τουριστικού προϊόντος

- Η ενεργοποίηση της τουριστικής κατανάλωσης απαιτεί τη μετακίνηση του τουρίστα από τη χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού
- Όσο πιο κοντά βρίσκονται δύο προϊόντα από γεωγραφικής άποψης, τόσο περισσότερο αντιμετωπίζονται ως υποκατάστατα

Χαρακτηριστικά της τουριστικής υπηρεσίας

- Υπηρεσία μικτού χαρακτήρα
- Η συμμετοχή του τουρίστα είναι απαραίτητη για τη δημιουργία της υπηρεσίας
- Η παραγωγή είναι ανελαστική σε αντιδιαστολή με τη μεγάλη ελαστικότητα της ζήτησης
- Οι διακοπές είναι εύκολα υποκαταστάσιμες
- Τα τουριστικά υποπροϊόντα είναι υποκαταστάσιμα
- Η τουριστική παραγωγή εμφανίζει χαμηλό βαθμό αυτοματισμού

Συμβολή δημοσίων τομέων

- Νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας των τουριστικών καταλυμάτων
- Χωροταξικές και πολεοδομικές ρυθμίσεις
- Νομοθεσία προστασίας του περιβάλλοντος
- Δημόσια ασφάλεια
- Κρατική επιτήρηση οδικού δικτύου, λιμανιών, μαρίνων, αεροδρομίων

Χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος

- Φυσικοί πόροι
- Πολιτιστικοί πόροι
- Πληθυσμός υποδοχής
- Αισθητική υποδοχή & Animation
- Συμπληρωματικές εγκαταστάσεις
- Υποδομές μεταφορικών μέσων

Φυσικοί πόροι

- Ελκυστικότητα φυσικού περιβάλλοντος
- Ποικιλία φυσικού περιβάλλοντος
- Οικοτουρισμός

- Συντήρηση φυσικού περιβάλλοντος
- Αειφόρος ανάπτυξη

Πολιτιστικοί πόροι

- Γαστρονομία
- Ήθη, έθιμα και παραδόσεις
- Ιστορία
- Αρχιτεκτονική
- Τέχνη και μουσική
- Χειροτεχνία
- Γλώσσα

Πληθυσμός υποδοχής

- Ο τουρισμός ως χωρικά και χρονικά οριοθετημένη επαφή δύο πληθυσμών: κατοίκων των χωρών προέλευσης και κατοίκων των χωρών υποδοχής
- Καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την ποιοτική σύνθεση του τουριστικού προϊόντος

Αισθητική ικανοποίηση & Animation

«Animation»: δραστηριότητες που επιτρέπουν στα άτομα να χαλαρώσουν, να διασκεδάσουν και να βρεθούν σε κατάσταση ευφορίας

- Ως πηγή συμπληρωματικών εσόδων
- Ως συμπληρωματικός παράγοντας έλξης
- Ως παράγοντας επιμήκυνσης τουριστικής περιόδου
- Ως παράγοντας δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας

Συμπληρωματικές εγκαταστάσεις

Μεταβάλλουν τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος και ικανοποιούν νέους τύπους πελατών:

- Συνεδριακό κέντρο
- Μαρίνα
- Θεματικό πάρκο
- Γήπεδο γκολφ

Υποδομές μεταφορικών μέσων

- Προσβασιμότητα του τόπου υποδοχής
- Μετακινήσεις εντός του τόπου υποδοχής
 - Κόστος μεταφοράς
 - Ανέσεις
 - Ασφάλεια
 - Συχνότητα
 - Χρονική ακρίβεια αφίξεων/αναχωρήσεων
 - Διάρκεια μετακίνησης

Περίληψη ενότητας #6

- Τουριστική προσφορά είναι το σύνολο των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που προτείνεται από τον τουριστικό τομέα στους καταναλωτές σε συγκεκριμένη τιμή.
- Το τουριστικό προϊόν είναι σύνθετο και χαρακτηρίζεται συχνά ως compack (σύνθετο πακέτο). Η τουριστική υπηρεσία θεωρείται υπηρεσία μικτού χαρακτήρα.
- Οι παράγοντες του τουριστικού προϊόντος διακρίνονται σε παράγοντες έλξης, παράγοντες παραγωγής και παράγοντες τουριστικών υπηρεσιών.
- Η τυπολογία των τουριστικών προϊόντων είναι πολυποίκιλη και απηχεί την εγγενή τους ετερογένεια. Το μεγαλύτερο ποσοστό τους δεν εμφανίζει οριζόντια ή κάθετη διάταξη στο πλαίσιο λειτουργίας ενός μοναδικού οργανισμού. Το τουριστικό προϊόν αποτελεί συνισταμένη μιας βιωματικής εμπειρίας του τουρίστα.
- Κύρια χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος είναι οι φυσικοί πόροι, οι πολιτιστικοί πόροι, ο πληθυσμός υποδοχής, η αισθητική υποδοχή και η animation (διασκέδαση και δημιουργία ευφορίας), οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις και οι υποδομές μεταφορικών μέσων.

Βιβλιογραφία ενότητας #6

- Defert P. (1967), *Le taux de fonction touristique. Mise au point et critique*. CHET, Col. Les Cahiers du Tourisme, C, no 5, Aix-en-Provence.
- Stavrakis D. (1979), *Le phénomène touristique international – demande, organisation, problématique, tendances futures*. Ed. d'Aujourd'hui, Col. Thèses et Recherches, Paris.
- Monnard J. (1976), *Animation touristique*. Centre International de Gilon, Suisse.

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

