



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Τουριστική Οικονομική

Ενότητα #7: Σύγχρονοι τύποι προϊόντων και χωρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς

Ευάγγελος Τζουβελέκας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

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 τουριστικά προϊόντα προσφέρει η αγορά του 21ου αιώνα;
- Ποιοι είναι οι τύποι των τουριστικών καταλυμάτων;
- Πώς εντοπίζουμε τις εστίες ανάπτυξης του τουρισμού;

Περιεχόμενα ενότητας

- Σύγχρονοι τύποι τουριστικών προϊόντων
- Τυπολογία των τουριστικών καταλυμάτων
- Ξενοδοχία
- Χωρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς
- Δείκτες χωρικής διάρθρωσης

Σύγχρονοι τύποι τουριστικών προϊόντων

- Τουριστικό προϊόν γεωγραφικής ενότητας
- Το προϊόν «τουριστικό πακέτο»
- Προϊόν τύπου «σταθμός-θέρετρο»
- Προϊόν τύπου «εκδηλώσεις»
- Ιδιόμορφα τουριστικά προϊόντα
- Το προϊόν «ανακάλυψη»
- Το προϊόν «απόδραση»

Τουριστικό προϊόν γεωγραφικής ενότητας

Αρμόδιοι για την ανάπτυξη ενός συγκεκριμένου και καλά οριοθετημένου τουριστικού προϊόντος είναι οι οργανισμοί τουρισμού:

- Εθνικοί Οργανισμοί Τουρισμού
- Περιφερειακοί Οργανισμοί Τουρισμού
- Τοπικοί Οργανισμοί Τουρισμού

Το προϊόν «τουριστικό πακέτο»

Σύνθετο τουριστικό προϊόν που κατασκευάζεται εκ των προτέρων από τους Tour-Operators για να ανταποκριθεί σε μελλοντική ζήτηση της αγοράς και διατίθεται ως τελικό προϊόν σε σταθερή τιμή, προπληρωνόμενη πριν από την έκβαση του ταξιδιού.

Διεθνής ορολογία: Inclusive tour, Package, Voyage à forfait

Προϊόν τύπου «σταθμός-θέρετρο»

- Αφορά τουριστικά κέντρα που αναπτύχθηκαν κυρίως με συνεργασία κρατικών φορέων και ιδιωτικής πρωτοβουλίας
- Κύριο χαρακτηριστικό: άναρχη ανάπτυξη και συνθήκες άκρατου ανταγωνισμού
 - Παραθεριστικά κέντρα διακοπών
 - Σταθμοί χειμερινών σπορ
 - Υδροθεραπευτήρια

Προϊόν τύπου «εκδηλώσεις»

- Σειρά περιοδικών εκδηλώσεων με χρονική διάρκεια από λίγες ημέρες έως έναν μήνα
- Κύριο χαρακτηριστικό: περιορισμένος χρόνος και συνθήκες έντονου ανταγωνισμού

Καρναβάλι Ρίο, Φεστιβάλ Καννών, Ράλι Μόντε Κάρλο, Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης κ.ά.

Ιδιόμορφα τουριστικά προϊόντα

Έχουν αναδειχθεί σε κύρια τουριστικά προϊόντα και συμβάλλουν στη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς

- Σχετικά με τον ελεύθερο χρόνο (π.χ. μουσική, γιόγκα)
- Σχετικά με τα σπορ (π.χ. ιστιοπλοΐα, κανό, ιππασία, ποδήλατο, παραπέντε)
- Σχετικά με άλλες δραστηριότητες (π.χ. γαστρονομία)

Το προϊόν «ανακάλυψη»

- Ο τουρίστας εκλαμβάνεται ως θεατής.
Π.χ. ιστορικά μνημεία, μουσεία, φυσικά πάρκα
- Ο βαθμός ικανοποίησής του αυξάνει παράλληλα με τη διάρκεια παραμονής, φτάνει στη μέγιστη τιμή και κατόπιν φθίνει.
- Στην περίπτωση ενός τουριστικού τόπου, το προϊόν «ανακάλυψη» αποτελείται από υποσύνολα προϊόντων «ανακάλυψη».

Το προϊόν «απόδραση»

- Ο τουρίστας εκλαμβάνεται ως άμεσα εμπλεκόμενος.
Π.χ. διαμονή σε κέντρα διαμονής, χωριά διακοπών, υδροθεραπευτήρια, συμμετοχή σε σπορ αναψυχής
- Ο βαθμός ικανοποίησής του αυξάνει παράλληλα με τη διάρκεια παραμονής, φτάνει στη μέγιστη τιμή, που διατηρείται μέχρι το τέλος της διάρκειας παραμονής.

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_1

- Ξενοδοχεία 5*
- Ξενοδοχεία 4*
- Ξενοδοχεία 3*
- Ξενοδοχεία 2*
- Ξενοδοχεία 1*

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_2

- Ξενοδοχεία-κατοικίες
- Ξενοδοχεία-Μπανγκαλόου
- Ξενοδοχεία τύπου Πανδοχείου
- Ιδιωτικά ξενοδοχεία
- Καμπίνες πλοίων
- Εγκαταστάσεις υγείας (π.χ. σπα)

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_3

- Εγκαταστάσεις κοινωνικού τουρισμού
- Μοτέλ
- Πανδοχεία & Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε ιδιωτικές κατοικίες
- Κατοικίες σε συγκροτήματα πολυϊδιοκτησίας
- Συνιδιοκτησία

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_4

- Δεύτερη κατοικία
- Αγροτικές κατοικίες
- Καταφύγια για τουρίστες
- Πανδοχεία νεότητας
- Καμπίνες σε γιοτ

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_5

- Σανατόρια σε ορεινούς όγκους
- Κλαμπ αδυνατίσματος
- Κάμπινγκ & Τροχοβίλες
- Τροχοφόρα αναψυχής
- Κατοικίες πανσιόν
- Χωριά διακοπών

Τυπολογία τουριστικών καταλυμάτων_6

- Κέντρα αναψυχής
- Ορεινά καταφύγια
- Φάρμες
- Οικίσκοι κυνηγιού
- Οικίες/κέντρα ανάρρωσης
- Σταθμοί ιαματικών λουτρών

Η ξενοδοχία

Εμπορικού τύπου κατάλυμα που προσφέρει επιπλωμένα δωμάτια ή και διαμερίσματα προς ενοικίαση σε μια πελατεία προσωρινής διαμονής.

Αποτελεί τον πιο αντιπροσωπευτικό και διαδεδομένο τύπο τουριστικού καταλύματος.

Ορθολογική οργάνωση της απασχόλησης στην ξενοδοχία

- Συμπληρωματικότητα
Συντονισμός όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Προσαρμοστικότητα
Ιδίως στις τρεις διακριτές λειτουργικές περιόδους:
υψηλή/μέση/χαμηλή
- Πολυλειτουργικότητα
Εξαρτώμενη από τον αριθμό των τμημάτων εκμετάλλευσης
(π.χ. σνακ μπαρ, αίθουσα συνεδρίων)

Το μοντέλο «παγίδα για τουρίστες» στην ξενοδοχία

- Όσο περισσότερα ξενοδοχειακά καταλύματα υπάρχουν, τόσο λιγότεροι τουρίστες προτρέπονται να αναζητήσουν εκείνο που δίνει τις χαμηλότερες τιμές, εφόσον οι πιθανότητες να το βρουν είναι μικρότερες και τα κόστη αναζήτησης αυξάνονται.
- Έρχεται σε αντίθεση με την κοινή οικονομική σκέψη που δέχεται ότι ο ανταγωνισμός εντείνεται όσο αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων στην αγορά.

Παράγοντες χωρικής διάρθρωσης της τουριστικής προσφοράς

- Ποιότητα και ελκυστικότητα των φυσικών πόρων
- Απόσταση μεταξύ χωρικής ενότητας υποδοχής και τουριστικής αγοράς (κόστος και διάρκεια ταξιδιού)
- Τουριστικό δυναμικό της ζώνης αγοράς (σε συσχετισμό με το ποσοστό πληρότητας)
- Μελέτη της τρέχουσας προσφοράς (κόστος γης, πιστώσεις, ανταγωνισμός, ανθρώπινοι πόροι, εξοπλισμοί)
- Κρατικές πολιτικές και τοπική αυτοδιοίκηση
- Μη ορθολογικοί: μόδα, διαφημιστικές καμπάνιες κ.ά.

Πρώτη περίοδος χωρικής διάρθρωσης της προσφοράς

Αντιστοιχεί στην **παλαιοτουριστική** ιστορική περίοδο:

- Α΄ φάση (εισαγωγή): φάση ανακάλυψης, παρθένο τύπος υποδοχής, «χωριό ψαράδων»
- Β΄ φάση (ανάπτυξη): αύξηση επισκεπτών και δομών, φήμη τόπων υποδοχής (αριστοκρατικά ξενοδοχεία)
- Γ΄ φάση (μεγέθυνση): συγκεντρωτικές τάσεις και πυκνή δόμηση, τουριστική εξειδίκευση
- Δ΄ φάση (κορεσμός): υπερβολικές τουριστικές συγκεντρώσεις, υποβάθμιση φυσικού περιβάλλοντος

Δεύτερη περίοδος χωρικής διάρθρωσης της προσφοράς

Αφορά τον **μαζικό τουρισμό**, μετά τη δεκαετία του 1960.

- Σύγχρονη τουριστική διεύθυνση και οργάνωση βασισμένη στις έννοιες της οικονομίας και της λειτουργικότητας.
- Τουριστική παραγωγή βιομηχανικού τύπου με χαρακτηριστικά τυποποίησης.

Δείκτες εντοπισμού τουριστικής δραστηριότητας

- Οριακό σημείο έλξης
- Δείκτης σταθερής απόστασης
- Δείκτης εμπορικής έλξης
- Δείκτης έλξης

Άλλοι δείκτες για την τουριστική χωρική διάρθρωση

- Δείκτης τουριστικής λειτουργίας
- Δείκτης συμμετοχής του τουρισμού στον τριτογενή τομέα της οικονομίας
- Μέσο ποσοστό άνεσης
- Τουριστική πυκνότητα
- Ξενοδοχειακή πυκνότητα
- Ξενοδοχειακή εντατικότητα

Θεωρία της διεθνούς εξειδίκευσης και τουρισμός

Γενικοί παράγοντες καθορισμού μιας χώρας στις διεθνείς οικονομικές σχέσεις:

- Παραγωγικοί συντελεστές (γη, εργασία, κεφάλαιο)
- Συνθήκες της ζήτησης
- Συγκριτικά πλεονεκτήματα

Η ποιότητα ως συγκριτικό πλεονέκτημα

- Το κόστος της απουσίας ποιότητας στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ως πολύ υψηλό
- Η μεγιστοποίηση της σχέσης ποιότητα/τιμή αποτελεί στρατηγική προσαρμοσμένη στον τουρίστα-καταναλωτή του 21ου αιώνα

Περίληψη ενότητας #7

- Σύγχρονοι τύποι τουριστικών προϊόντων: τουριστικό προϊόν γεωγραφικής ενότητας, «τουριστικό πακέτο», «σταθμός-θέρετρο», «εκδηλώσεις», ιδιόμορφα τουριστικά προϊόντα, το προϊόν «ανακάλυψη» και το προϊόν «απόδραση».
- Τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται σε ευρύτατη γκάμα τύπων, όπως ξενοδοχεία 1-2-3-4-5 αστέρων, ξενοδοχεία-μπανγκαλόου, μοτέλ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανδοχεία νεότητας, κάμπινγκ, χωριά διακοπών κ.ά. Η ξενοδοχία αποτελεί τον πιο αντιπροσωπευτικό και διαδεδομένο τύπο.
- Παράγοντες χωρικής διάρθρωσης της τουριστικής προσφοράς είναι η ποιότητα των φυσικών πόρων, το κόστος και η διάρκεια ταξιδιού, το τουριστικό δυναμικό της ζώνης, η τρέχουσα προσφορά, οι κρατικές πολιτικές, η μόδα και η διαφήμιση.
- Η χωρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς εξελίχθηκε σε δύο περιόδους, πριν και μετά το 1960, και μελετάται με τη βοήθεια διαφόρων δεικτών.
- Η μεγιστοποίηση της σχέσης ποιότητα-τιμή αναδεικνύεται σε κύρια στρατηγική για τον διεθνή τουρισμό του 21ου αιώνα.

Βιβλιογραφία ενότητας #7

- WTO (1994), *National and regional tourism planning*. Ed. Routledge, London.
- Cassomo J.L., Sollonandrasana B. (2001), *L'innovation dans le tourisme. Enjeux et stratégies*. Coll. Tourismes et Sociétés, L'Harmattan, Paris.
- Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ. (2003), Διοίκηση ποιότητας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. *Αρχείο Οικονομικής Ιστορίας*, τόμος XV, τ. 1. Αθήνα, σ. 143-162.

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

