



Αγροτικός Τουρισμός

Ενότητα 5^η: Το αγροτουριστικό προϊόν

Όλγα Ιακωβίδου
Τμήμα Γεωπονίας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

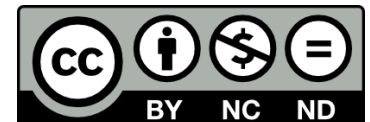


ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την 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.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΧΤΑ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



Το αγροτουριστικό προϊόν

Τουριστική Αλυσίδα



Αγροτουριστικό προϊόν

- Συνδυασμός υπηρεσιών και αγαθών που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προορισμού και αναδεικνύουν τις ιδιαιτερότητες του, ενσωματώνοντας την εικόνα της περιοχής (ταυτότητα), έτσι όπως καταγράφεται στους αγροτουριστικούς πόρους της.



Ιδιαιτερότητες αγαθών και υπηρεσιών

Αγαθά

- Παράγονται.
- Η αγορά σημαίνει και απόκτηση κυριότητας.
- Η δυνατότητα ελέγχου εξασφαλίζει ομοιομορφία και καλή ποιότητα.

Υπηρεσίες

- Εκτελούνται.
- Η αγορά σημαίνει άδεια χρήσης της υπηρεσίας.
- Ο έλεγχος δεν εξασφαλίζει πάντα ομοιομορφία και καλή ποιότητα.



Τουριστικά προϊόντα

Υλικά τουριστικά προϊόντα (αγαθά)

- Τα τρόφιμα και τα ποτά που καταναλώνουν οι τουρίστες.
- Τα αναμνηστικά που αγοράζουν οι τουρίστες.
- Τα τουριστικά καταλύματα.
- Γενικότερα οι υποδομές.

Άυλα τουριστικά προϊόντα (τουριστικές υπηρεσίες)

- Η διαμονή του τουρίστα σε τουριστικά καταλύματα.
- Η ψυχαγωγία των τουριστών με διάφορα ψυχαγωγικά μέσα.
- Η μετακίνηση των τουριστών με διάφορα μεταφορικά μέσα.



Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος (1)

- Η αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος: (Γιατί επιδιώκεται η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου;)
- Η ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος.
- Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής.
- Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα και στον ίδιο χώρο.



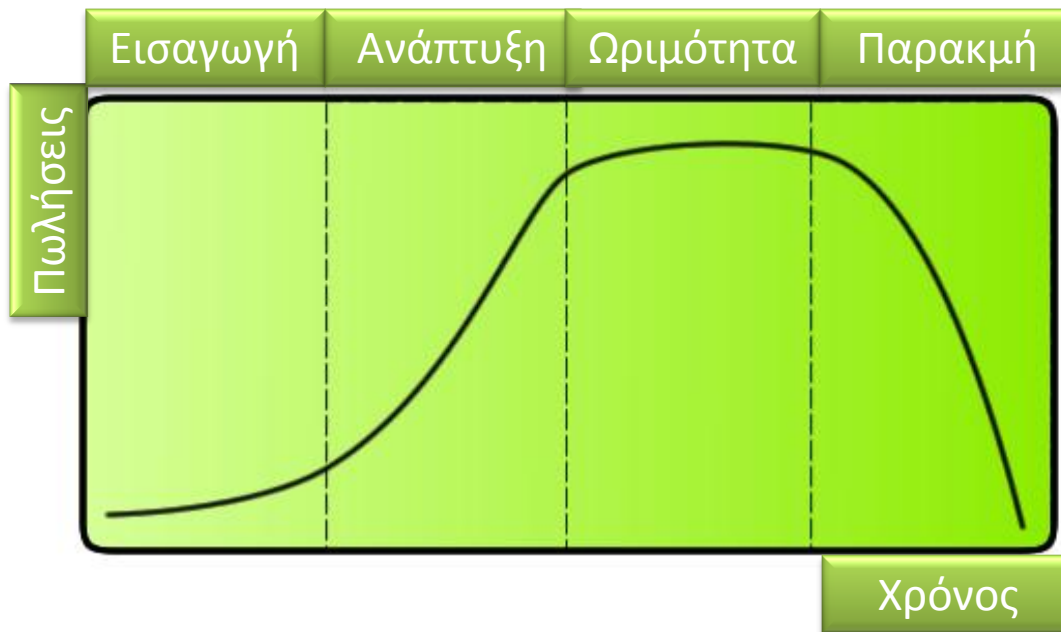
Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος (2)

- Το τουριστικό προϊόν δε χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού.
- Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή τους.
- Τα τουριστικά υπό-προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους.
- Τα τουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά.
- Η ευαισθησία της τουριστικής δραστηριότητας στις οποιεσδήποτε μορφές κρίσης (οικονομικές, πολιτικές, περιβαλλοντικές) καθώς και σε εποχικές διακυμάνσεις.
- Το μέγεθος των αρχικών επενδύσεων.



Κύκλος ζωής αγροτουριστικού προϊόντος

Το χρονικό διάστημα κατά το οποίο το προϊόν κινείται στην αγορά.



[Πηγή](#): "Essentials of Marketing" - Perreault *et al.* 2008



Πρώτη Φάση:

Εισαγωγή - Παρουσίαση

- Σωστός προγραμματισμός προώθησης για μεγαλύτερη αποδοχή προϊόντος.
- Πως;
- Έξυπνη διαφήμιση, ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων, σωστός χρόνος παρουσίασης του προϊόντος, επιλογή του κατάλληλου τμήματος της αγοράς.
- Αυξημένες δαπάνες, για παραγωγή και προώθηση, μικρές πωλήσεις, χαμηλό επίπεδο ανταγωνισμού.
- Καταγραφή αντιδράσεων καταναλωτών για αναπροσαρμογή σε επίπεδο προϊόντος και ενεργειών προώθησης.



Δεύτερη Φάση: Ανάπτυξη

- Η Ζήτηση αυξάνει με γρήγορους ρυθμούς. Παρουσιάζονται οι πρώτοι ανταγωνιστές. Συνεχής αύξηση των πωλήσεων – αύξηση κερδών-αύξηση ανταγωνισμού.
- **Η διάρκεια της φάσης εξαρτάται:**
 - ✓ Από τη φύση του προϊόντος.
 - ✓ Την ικανότητα της επιχείρησης να κρατήσει το επίπεδο της ποιότητας.
 - ✓ Την ικανότητα των ανταγωνιστών να αντιγράψουν το προϊόν.
- Σημαντικό σημείο η επιλογή των καναλιών διανομής και οι δημόσιες σχέσεις.



Τρίτη Φάση: Ωριμότητα

- Στην αρχή της φάσης αυξάνει η Ζήτηση, ενώ στο τέλος εξισορροπείται με την προσφορά.
- Μέγιστη αποδοτικότητα.
- Αύξηση ανταγωνισμού (νέα προϊόντα, μείωση τιμών).
- Μειωμένες δαπάνες προώθησης.
- Σημαντικό σημείο: σωστός τρόπος διανομής, δημόσιες σχέσεις, προσωπικές πωλήσεις).



Τέταρτη Φάση:

Κορεσμός και Παρακμή

- Μεταστροφή της Ζήτησης προς άλλα προϊόντα.
- Κάθε προσπάθεια προώθησης δεν αυξάνει τις πωλήσεις και σημειώνεται ο μέγιστος βαθμός ανταγωνισμού. Μειώνεται η δημοτικότητα, οι πωλήσεις και τα κέρδη.
- **Τι πρέπει να γίνει;**
 - ✓ Ανανέωση του προϊόντος - μικρές η μεγάλες βελτιώσεις.
 - ✓ Τροποποιήσεις του προϊόντος (προσφορές, μείωση τιμών κ.α).
 - ✓ Νέο αγροτουριστικό προϊόν, προσαρμοσμένο στις απαιτήσεις και επιθυμίες παλιών και νέων καταναλωτών.
 - ✓ Βαρύτητα στη διανομή, τις δημόσιες σχέσεις και τις προσωπικές πωλήσεις.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Όλγα Ιακωβίδου.
«Αγροτικός Τουρισμός. Το αγροτουριστικό προϊόν». Έκδοση: 1.0.
Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS219/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Μαρία Αλεμπάκη
Θεσσαλονίκη, Χειμερινό Εξάμηνο 2014-2015



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

