

# 4η Διδακτική Ενότητα,

## Τουριστική Ζήτηση

Δρ. Δημήτρης Μπελιάς  
Επίκουρος Καθηγητής  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων,  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας  
[dbelias@pe.uth.gr](mailto:dbelias@pe.uth.gr)

- Εκδρομείς (excursionists - ταξιδεύουν για λιγότερο από 24 ώρες),
- τουρίστες (tourists) και
- επισκέπτες (visitors - εκδρομείς και τουρίστες).

Τουρίστες – κάτοικοι μιας χώρας

- εγχώριος (domestic) τουρισμός - όταν οι τουριστικές ροές κατευθύνονται εντός άλλων περιοχών της ίδιας χώρας,
- εξερχόμενος (outbound) - όταν οι τουριστικές ροές κατευθύνονται προς τρίτες χώρες και
- εθνικός (national - το άθροισμα εγχωρίου και εξερχόμενου).

# Ζήτηση

- Συγκρατημένη (suppressed) ζήτηση
- Μηδενική ζήτηση (no demand)
- Φαινόμενα υποκατάστασης ή/ε αλλαγής κατεύθυνσης ζήτησης
- Εν δυνάμει (potential) ζήτηση
- Αναβληθείσα (deferred) ζήτηση

## Τουριστικά μεγέθη

### Αξίας (value statistics)

- ❖ τουριστική πρόσοδο
- ❖ ταξιδιωτικό συνάλλαγμα

### Όγκου (volume statistics)

- ❖ τουριστικές αφίξεις στα σύνορα
- ❖ αφίξεις/διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα

# Βασικά ζητήματα για τη διεθνή καταναλωτική τουριστική συμπεριφορά

Η καταναλωτική συμπεριφορά στον τουρισμό περιγράφεται, μεταξύ άλλων, από τη θεωρία ιεράρχησης των ανθρώπινων αναγκών του Maslow.

- Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης
- Ανάγκες αυτοεκτίμησης
  - Κοινωνικές ανάγκες
  - Ανάγκες ασφάλειας
- Φυσιολογικές ανάγκες

Κανένας δεν θα επιδοθεί σε τουριστικές δραστηριότητες στο βαθμό που δεν έχει πρώτα καλύψει τα προς το ζην.

- ❖ Παράγοντες ώθησης (push factors)
- ❖ Παράγοντες κινήτρων (energisers - forces of motivation) και καταλύτες (effectors - developed ideas) τουριστικής ζήτησης
- ❖ Παράγοντες έλξης (pull factors)

## Διαδικασία αγοράς τουριστικού προϊόντος / υπηρεσίας (4 στάδια)

- ❖ Το ερέθισμα, η αναγνώριση της ανάγκης και η εμπλοκή
- ❖ Η εύρεση και αξιολόγηση των εναλλακτικών προσφορών
- ❖ Η λήψη της απόφασης και η αγορά του προϊόντος / υπηρεσίας
- ❖ Η συμπεριφορά μετά την αγορά

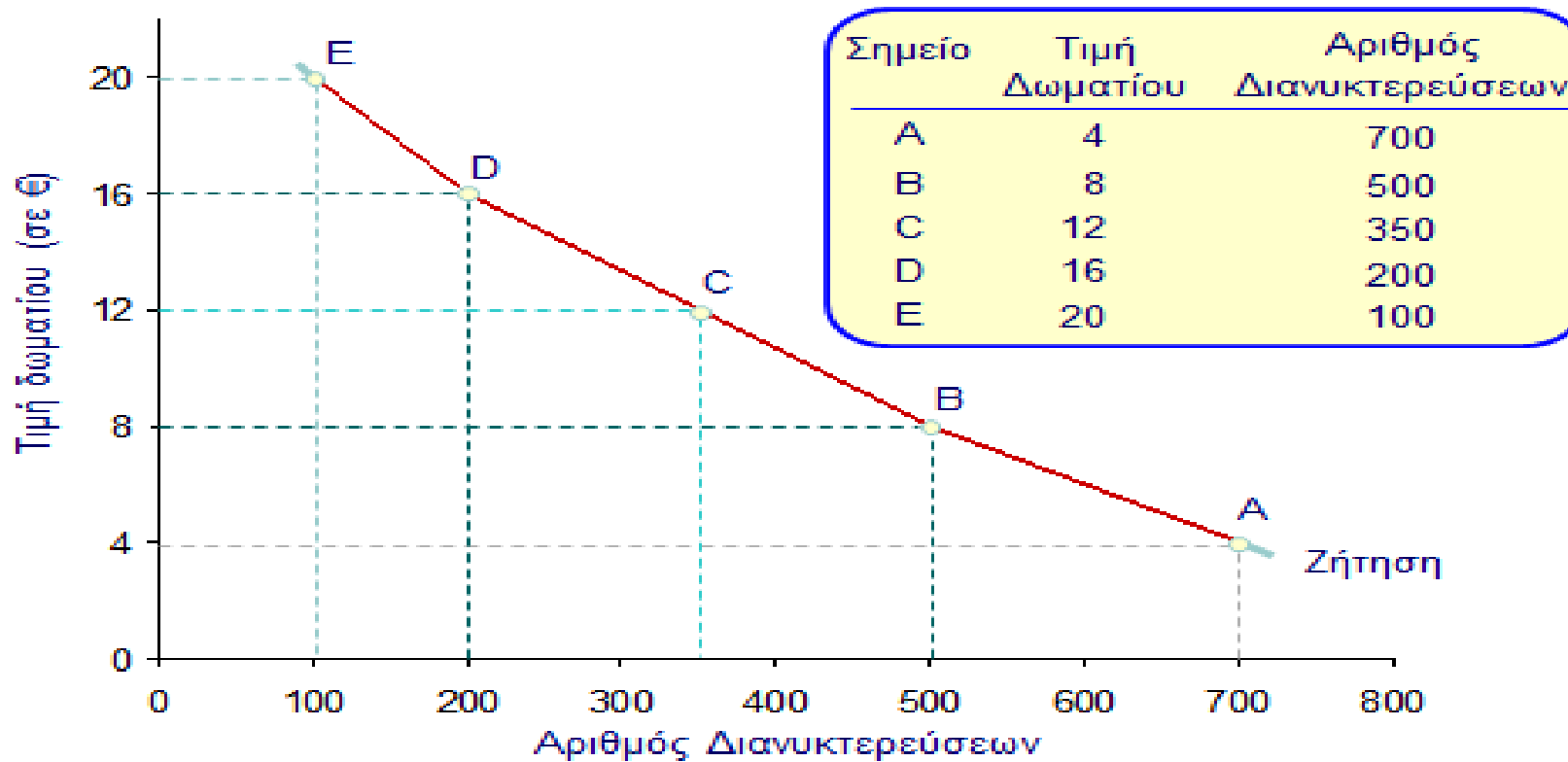
Η εικόνα και η φήμη που διαθέτει ένας προορισμός είναι εξαιρετικά σημαντική!

Το προφίλ, ο χαρακτήρας και οι προσλαμβάνουσες του κάθε (υποψήφιου) τουρίστα είναι πολύ σημαντικά:

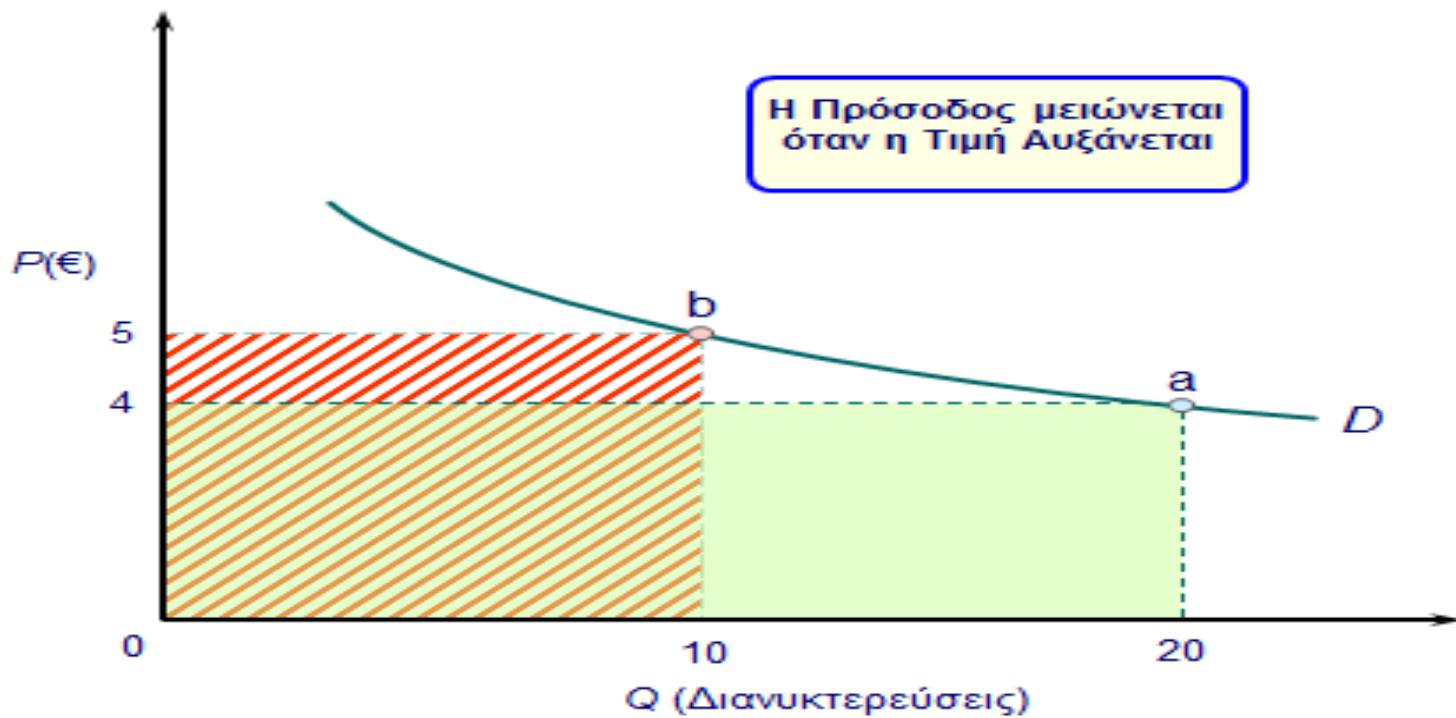
- ❖ Αλλοκεντρικοί (allocentrics) τουρίστες
- ❖ Μεσοκεντρικοί (mesocentrics) τουρίστες
- ❖ Ψυχοκεντρικοί (psychocentrics) τουρίστες



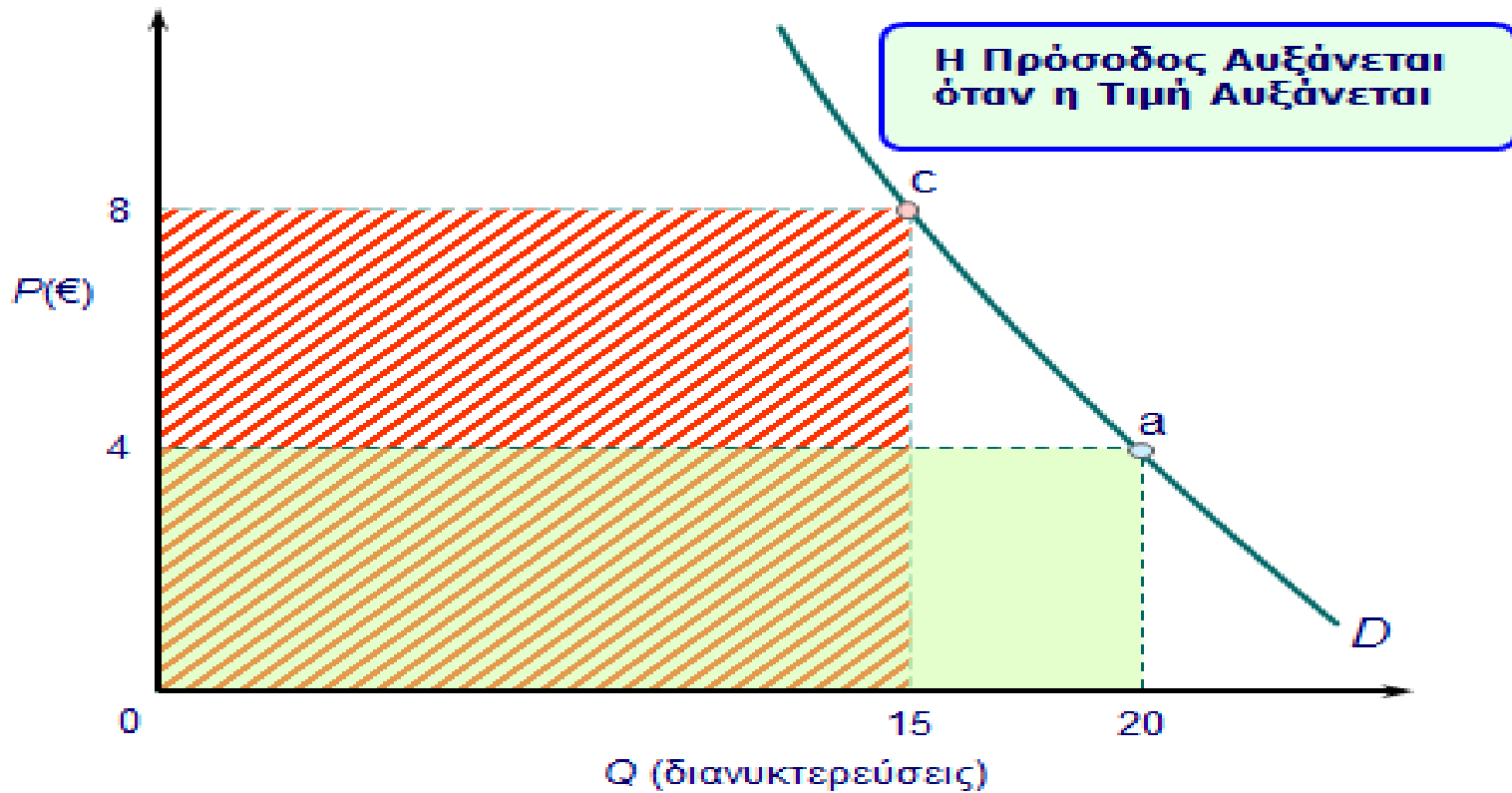
## Η καμπύλη ζήτησης στον τουρισμό



# Ελαστική τουριστική ζήτηση



# Ανελαστική τουριστική ζήτηση



# Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

- ❖ Το διαθέσιμο εισόδημα
- ❖ Ο διαθέσιμος χρόνος
- ❖ Η ύπαρξη, ο αριθμός και η τιμή των υποκατάστατων και συμπληρωματικών τουριστικών αγαθών
- ❖ Οι καταναλωτικές προτιμήσεις και προσδοκίες

# Άλλοι παράγοντες - επιμέρους στοιχεία ενός τουριστικού προορισμού

- Τα θέλγητρα
- Οι υποδομές
- Η αποτελεσματικότητα προώθησης
- Οι τιμές των τοπικών τουριστικών προϊόντων
  - Η προσπελασιμότητα
  - Το κόστος μεταφοράς

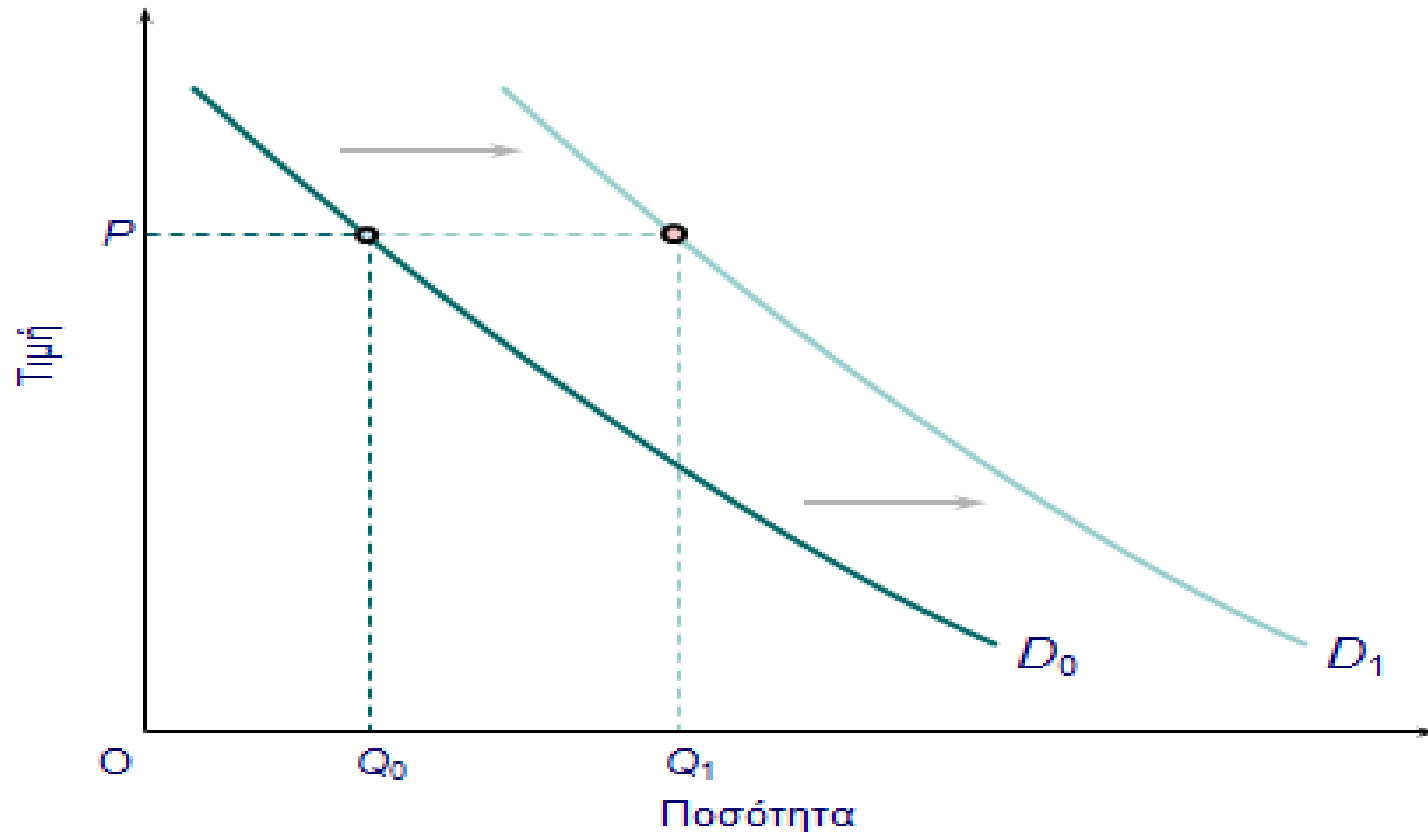
## Τουριστικοί πόροι

Φυσικοί και  
τεχνητοί

Σημειακοί και δικτυακοί

Σχετιζόμενοι με την  
τοποθεσία ή τις εκδηλώσεις

# Μετατόπιση της καμπύλης τουριστικής ζήτησης προς τα δεξιά



Διαμορφώνεται ζήτηση για διαφορετικά προϊόντα τουρισμού όπως:

ο ηλιοτροπικός (sunlust) τουρισμός

ο τουρισμός πολιτισμού (wanderlust)

οι διάφορες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.



# Προσδιοριστικοί παράγοντες: κοινωνία, πολιτική και τεχνολογία

Οι ταξιδιωτικές προτιμήσεις και δυνατότητες σχετίζονται άμεσα με το στάδιο ηλικίας και οικογενειακής κατάστασης ενός ατόμου.

Σημαντικό ρόλο παίζει η αντίληψη και η γνώση ενός προορισμού και η γνωστική απόσταση που χωρίζει την τουριστική προέλευση από τον τουριστικό προορισμό.

Οι κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες που επικρατούν σε έναν προορισμό και το όλο κλίμα των διεθνών σχέσεων παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο.

Η τεχνολογική πρόοδος έχει σημαντικές επιπτώσεις:

- στο κόστος και στην τιμή του τουριστικού προϊόντος
- στο γενικό επίπεδο τουριστικών υποδομών και
- στις επικρατούσες συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας.

Τα «ιστορικά ατυχήματα» και η δύναμη της τύχης.

Κλασική περίπτωση ο κινηματογραφικός τουρισμός.

# Βιβλιογραφία

- Buhalis, D., & Costa, C. (Eds.). (2006). Tourism management dynamics: trends, management and tools. Routledge.
- Elliott, J. (2002). Tourism: Politics and public sector management. Routledge.
- Leslie, D., & Sigala, M. (2005). International cultural tourism: Management, implications and cases. Routledge.
- Moutinho, L., & Vargas-Sanchez, A. (Eds.). (2018). Strategic Management in Tourism, CABI Tourism Texts. Cabi.
- Page, S. (2011). Tourism management. Routledge.
- Raj, R., & Griffin, K. A. (Eds.). (2015). Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective. Cabi.

Ευχαριστώ για την προσοχή σας !!

