

Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



***ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ***

ΔΙΔΑΣΚΩΝ: ΔΡ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΖΩΓΡΑΦΟΣ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η έννοια του μάρκετινγκ μπορεί να αποδοθεί ως η σύνδεση του προϊόντος με τις ανάγκες και τις επιθυμίες της αγοράς. Πρέπει να προσφέρεται στους ανθρώπους αυτό που επιθυμούν να αγοράσουν.

Το σωστό προϊόν όμως θα πρέπει να προσφέρεται σε μια αποδεκτή τιμή και οι πιθανοί αγοραστές θα πρέπει να ενημερωθούν ότι αυτό ισχύει. Κατόπιν θα πρέπει να έχουν αυτήν εικόνα για το προϊόν που θα τους κινητοποιήσει για να το αγοράσουν

Τέλος η αγορά θα πρέπει να είναι εύκολη. Τα στοιχεία αυτά είναι γνωστά ως μείγμα μάρκετινγκ



- Η φιλοσοφία του μάρκετινγκ στοχεύει στην οργανική σύνδεση μιας επιχείρησης με το εξωτερικό της περιβάλλον. Στο κέντρο της φιλοσοφίας αυτής βρίσκεται η κατανόηση ότι ο λόγος ύπαρξης μιας επιχείρησης είναι η ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών. Κατά συνέπεια, μια τουριστική επιχείρηση θα πρέπει να προσφέρει στους καταναλωτές προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες τους ανάγκες
- Το μάρκετινγκ αποτελεί στην πράξη μια κυκλική διαδικασία η οποία περιλαμβάνει τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς, τον καθορισμό των στόχων του μάρκετινγκ, την υλοποίηση στρατηγικών, τη συνεχή αξιολόγηση των σχεδίων μάρκετινγκ και ξανά την έρευνα αγοράς. Είναι προφανές ότι η έρευνα μάρκετινγκ αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της όλης διαδικασίας η οποία εν μέρει στοχεύει στον εντοπισμό, ανταπόκριση και ικανοποίηση των επιθυμιών του κοινού

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- Κλειδί για το πετυχημένο μάρκετινγκ είναι να γίνει αντιληπτή η αγορά και η δημιουργία προϊόντων που ικανοποιούν τις ανάγκες της
- Για να μάθουμε όμως τις θέλουν οι άνθρωποι, θα πρέπει να αναλυθούν δυο ειδών στοιχεία:
Πρώτον: Ποιοι είναι αυτοί που ταξιδεύουν; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά τους (κοινωνική τάξη, φύλο, οικογενειακή κατάσταση)
Δεύτερον: Ποια είναι τα κίνητρα των διαφορετικών αυτών ομάδων; Τι θέλουν; Τι ψάχνουν; Γιατί ταξιδεύουν;
- Ο όρος μάρκετινγκ γίνεται καλύτερα κατανοητός μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο που καλύπτει την έρευνα αγοράς , την ανάπτυξη του προϊόντος, την προώθηση και τις πωλήσεις

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΑΞΙΔΕΥΟΥΝ ΓΙΑ ΔΥΟ ΛΟΓΟΥΣ:

- Επειδή είναι υποχρεωμένοι:
(επαγγελματικοί λόγοι, θρησκευτικοί λόγοι, λόγοι υγείας κλπ)
- Για αναψυχή :
(Ανάπαυλα, διασκέδαση, ξεκούραση, αναζήτηση περιπέτειας, απόδραση από την καθημερινότητα, ανακάλυψη του νέου, συγκινήσεις, απόκτηση ευχαρίστησης)

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



- Σύμφωνα με τον Αμερικανικό Σύνδεσμο Μάρκετινγκ η έρευνα μάρκετινγκ (AMA 1961) ορίζεται ως εξής :
«Η λειτουργία η οποία ενώνει τον καταναλωτή, πελάτη και κοινό με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ μέσω πληροφοριών οι οποίες χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση και τον ορισμό ευκαιριών και προβλημάτων της αγοράς, την παραγωγή, την εκλέπτυνση και εκτίμηση πράξεων του μάρκετινγκ, την παρακολούθηση της απόδοσης του μάρκετινγκ και τη βελτίωση της διαδικασίας κατανόησης του μάρκετινγκ»
- Η έρευνα μάρκετινγκ συγκεκριμενοποιεί τις πληροφορίες που χρειάζονται για να καλυφτούν οι παραπάνω έννοιες, σχεδιάζει τις μεθοδολογίες συλλογής πληροφοριών, εφαρμόζει τη διαδικασία συλλογής δεδομένων, αναλύει τα αποτελέσματα και κοινωνεί τη σημασία τους

Η έρευνα τουριστικής αγοράς είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτοί οι οποίοι παρέχουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή επαφή με τις ανάγκες και τις επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Βασικό χαρακτηριστικό αυτού του τρόπου αποτελεί η ύπαρξη οργανωμένων σχεδίων για τη συστηματική συλλογή και ανάλυση στοιχείων τα οποία θα αξιοποιηθούν για τη λήψη μελλοντικών αποφάσεων και την αξιολόγηση παλαιότερων

Η περίπτωση της marketinggreece

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



- Η λογική της έρευνας μάρκετινγκ σχετίζεται άμεσα με τη βασική φιλοσοφία που διέπει το μάρκετινγκ. Το μάρκετινγκ στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών μέσω της ανάπτυξης, διανομής, τιμολόγησης και προώθησης συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών για διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Η έρευνα μάρκετινγκ παρέχει τη γνώση που χρειάζεται μια επιχείρηση για να είναι σε θέση να υλοποιήσει τους παραπάνω στόχους: Αποτελεί δηλαδή το εργαλείο για την κατανόηση των αναγκών των καταναλωτών και την ορθολογική λήψη αποφάσεων σχετικά με τις βέλτιστες αναλογίες του μίγματος μάρκετινγκ
- *Για μια τουριστική επιχείρηση, κύριο στόχο της έρευνας αποτελεί η διατήρηση της επαφής της με τις αγορές της. Η επαφή αυτή αποτελείται στην ουσία από μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών. Μέσω της σχέσης αυτής εξασφαλίζεται απέναντι στις αλλαγές της αγοράς και παράλληλα αποκτά τη δυνατότητα της διαρκούς προσαρμογής στις απαιτήσεις του κοινού*

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



Η ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- Οργανισμοί δημοσίου ενδιαφέροντος σε διάφορα επίπεδα
- Ενδιάμεσοι στον τουρισμό
- Πάροχοι μεταφορικού έργου
- Πόλοι έλξης τουριστών
- Καταλύματα

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Ο ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΕΡΓΟΔΟΤΗΣ

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΜΕΤΟΧΟΙ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ;



Media – tour operators – Μεταφορικές εταιρίες – Τοπική Αυτοδιοίκηση – Ξενοδοχεία – Τοπικοί τουριστικοί πράκτορες – Πόλοι Έλξης Τουριστών – Τοπικοί Προμηθευτές κλπ

ΕΊΝΑΙ Ο ΠΕΛΑΤΗΣ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥΣ;

ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ – *Διαρκής μείωση κρατικού ελέγχου*



**ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΕΝΑ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ;**

(Σήμερα σχεδόν τα πάντα)