**ELLENÖRZŐ KÉRDÉSEK – fenntartható turisztikai termék – 24 db.**

1. **Mi a turisztikai termék?**

H elyi adottságokra épülő szolgáltatás, szolgáltatási lánc. - A turisztikai termék gyakorlatilag megegyezik a turisztikai kínálat fogalmával, azaz olyan szolgáltatások összességét jelenti, amiket a turisták a fogadóterületen és a kapcsolódó utazás során igénybe vesznek.

1. **Ismertesse a turisztikai termék egyedi jellemzőit**

**-** Egyedi jellemzői ennek a szolgáltatási körnek:

o nem raktározható

o nem kézzel fogható

o egyidejű előállítás és fogyasztás

o változó minőség

o időben változó kereslet

1. **és elemeit!**

* Elemeinek 2 nagy csoportját különítjük el, a vonzásadottságokat/attrakciókat és az ember alkotta elemeket.
* Adottságok: természeti adottságok (domborzat, klíma, időjárás, gyógytényezők), a történelmi múlt, kultúra – művészetek.
* Ember alkotta elemek: szállás, étkezés, közlekedés, programok, turisztikai létesítmények, turisztikai szervezetek, vendégszeretet, árak, közbiztonság.

1. **Hogyan lehet csoportosítani a turisztikai termékeket?**

Többféle módon csoportosíthatók. Leggyakrabban az elsődleges motiváció szerinti csoportosítást alkalmazzuk (lásd 6. dia). Továbbá lehetőség van földrajzi elhelyezkedés(tés) alapján, tevékenység- vagy csoportspecifikus jellemzők alapján csoportokat képezni (8.dia). Használatos csoportosítási lehetőség továbbá a turisztikai infa- valamint a szuprastruktúra megkülönböztetése.

1. **Mit jelent a turisztikai infrasrtuktúra és mit sorolunk ide?**

A mikro szintű termékeken belül a származtatott kínálat része. PL: közlekedés, helyváltoztatás, helyi turizmus létesítményei, szabadidős létesítmények, közvetítők létesítményei. A helyiek is igénybe vehetik.

1. **Mit jelent a turisztikai szuprastruktúra és mit sorolunk ide?**

A mikro szintű termékeken belül a származtatott kínálat része. Turisztikai fejlesztések nyomán jönnek létre, és az utazók ellátását, élményét, kényelmét biztosítják. 3 csoportja van, funkcionális elemek (szállás, rekreációs létesítmények), turizmusba bevont épített elemek (állatkert, h.e. szülőháza, stadionk), turizmusba bevont természeti elemek (ritkaságok helyszíne).

1. **Milyen termékszinteket különböztetünk meg milyen jellemzőkkel?**

Két nagy csoportba soroljuk a termékszinteket a turizmusban, gazdasági megközelítéssel. Mikro-szintű termékek, azaz a vállalkozás/vállalkozók szolgáltatása, továbbá makro- vagy közösségi szintű termékek. Ezek a mikro-szintű termékek összefogáson alapuló szerveződései, szolgáltatási láncok.

**8. Települési és desztinációs szinten mit jelent az „elvárt termék”kategória?**

. Az elvárt termék jelenti a motivációs szintet, magterméket, amiért útra kelünk. Ez a turisztikai csomag, mely több szolgáltatás típust tartalmaz**.**

**9. Egy adott terület szolgáltatóit vizsgálva mit jelent a „termék alap”?**

Egy adott terület (desztináció vagy település) szolgáltatóit vizsgálva megkülönböztetünk termék alap – elvárt termék – továbbá bővített termék szinteket.

Termék alap a szálláshelyek és az ellátás. Ezek hiányában nem beszélhetünk turistákról, ezért jelentik az alapot

**10. Mit takar a bővített termék fogalom?**

A bővített termék kategóriában pedig a helyszín (település, desztináció) nyújtotta magterméken túli további/egyéb turisztikai szolgáltatásokat, lehetőségeket értjük.

**11. Milyen termékfejlesztési alternatívákat tudunk megkülönböztetni a turizmusban?**

Ikonikus látnivaló létesítése, hálózatos fejlesztések, rendezvények létrehozása

**12. Melyek a fő jellemzői az ikonikus látnivaló létesítésének?**

1. Ikonikus látnivaló létesítése

Ez akkor valósul meg, ha többnyire nagy beruházás révén, pontszerűen létrehoznak egy

olyan erőteljes vonzerővel bíró attrakciót, ami az egész desztinációt pozícionálja a

turisztikai térben (pl. egy új nagy kapacitású élményfürdő létesítése, vagy egy kortárs

építészeti remekműben létesülő kiállító központ, vagy különböző, tematikus

látogatóközpontok létesítése).

**13. Mi jellemzi a hálózatos fejlesztéseket?**

2. Egyes termékek hálózatos (klaszteres) fejlesztése

Erre akkor kerül sor, mikor nagy beruházás nélkül, a meglévő vonzerőkre alapozva,

alapvetően a szolgáltatók új típusú együttműködésével kívánjuk a terméket fejleszteni.

Lehetőség van akár regionális turisztikai termékklaszter kialakítására vagy különböző

tematikus utak fejlesztésére. Ez a típusú termékfejlesztés valósul meg egy jól működő

desztináció menedzsment szervezet koordinációja mellett is.

**14. Melyek a fő jellemzői a rendezvények létrehozásának?**

3. Rendezvények, események létrehozása és bevezetése

A turisztikai vonzerőfejlesztés harmadik formája, mikor események, rendezvények

jelentik a vonzerőt. E termékfejlesztési mód sikerességénél a folyamatosan visszatérő

jelleg és a magas ismertség (brand) fontos tényező. A minőség hosszú távú biztosítása a siker egyik alapja.

**15. Ismertesse a turisztikai termékfejlesztés folyamatát!**

Fel kell tenni 4 alapkérdést:

Mi az, ami rendelkezésre áll?

Kik a lehetséges partnerek?

Hogyan lehetséges összekapcsolni ezeket?

Hol és hogyan tudom majd piacra vinni?

Ábrázolva:



**16. Ismertesse a turisztikai termékfejlesztés szereplőit!**

TDM szervezet – koordináció, projektmenedzsment

Vállalkozások – szolgáltatás folyamatos biztosítása, közvetítés, tájékoztatás

Önkormányzat – hatósági feladatok, alapinfrastruktúra

Intézmények – tájékoztatás, a csatlakozás feltételeinek rugalmas biztosítása

Attrakciók – szolgáltatás biztosítása a megegyezés szerint, partnerség

Közlekedési vállalatok – biztonságos mobilitás

Helyi lakosok – helyi és kézműves termékek értékesítése, tájékoztatás

Befektetők – nagyprojektek finanszírozása

Hatóságok – szakhatósági engedélyek kiállítása

**17. Milyen árképzési sajátosságok köthetők a turisztikai termékekhez?**

- nem a konkrét árnak, hanem az árszínvonalnak van jelentősége

- árképzés alapja: közvetlen + közvetett költségek

- idegenforgalmi árak minőség szerinti, helyszín- és időbeni eltérései

- ártaktika a kapacitás-kihasználtság növelése érdekében (first – last mimute árak, csoportos kedvezmény, szezon, stb)

- új piac nyitása árversenyt eredményez

- ha a kínálat és a kereslet két különböző valutanemben jelenik meg (árfolyamingadozás 🡪kockázat)

- különböző adókat is tartalmaznak (ÁFA, IFA)

**18. Mi indokolhatja a makro-szintű termékek lértehozását?**

A legnagyobb vonzásadottság mellett a turisták megismertetése a rejtett értékekkel.

Bővülő kínálat 🡪 a tartózkodási idő nyújtása.

Időjárástól független „élmény” biztosítása.

A programok révén szervezett formában, csoportkísérővel több élmény és tartalom.

Kisebb szolgáltatók megjelennek egy komplex termékben.

Minőségfejlesztés.

Egységes arculati megjelenés 🡪 márkázáshoz alapkövetelmény.

A helyi közösségek büszkeségének elismerése.

Életminőség-javítás a desztinációban 🡪 területi különbségek mérséklése 🡪 elvándorlás csökkentése.

**19. Milyen mérföldkövek jelzik a fenntarthatóság térhódítását a turizmusban Magyarországon??**

Brundtland jelentés 1987

Agenda 21 1992

„Zölld szálloda” díj, 1994

Turizmus Globális Etikai Kódexe 1999

Fenntartható turizmus fogalma 2005,

Fenntartható turizmus éve 2017

**20. A fenntartható turisztikai termék milyen gazdasági célokat valósít meg?**

bevételtermelés, látogatói költések növelése, tartózkodási idő növelése, munkahelyteremtés, nyereségelosztás a desztinációban.

**21. A fenntartható turisztikai termék milyen társadalmi célokat valósít meg?**

örökség és kultúra megóvása, tovább adása; infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztése; életminőség javítása; helyi közösség bevonása a turizmusba, kizsákmányolás elkerülése;

**22. A fenntartható turisztikai termék milyen ökológiai/természeti célokat valósít meg?**

természeti kincsek megóvása, kapcsolatépítés, informálás és oktatás (edukáció), használat és a hatások menedzselése

**23. Egy fenntartható turisztikai terméknek milyen szempontoknak kell megfelelnie?**

Gazdasági célok, társadalmi célok, és környezeti/ökológiai céloknak

**24. Mondjon példát tevékenység specifikus turisztikai termékre, minimum ötöt!**

városlátogatás, egészségturizmus, aktív turizmus elemei (evezős túrák, lovasturizmus, vadászturizmus, horgászturizmus, síturizmus, golfturizmus, kerékpáros turizmus), konferencia turizmus, bor & gasztonómia, fesztivál turizmus, bevásárló turizmus,

**25. Ismertesse az eredeti kínálat fogalmát a turizmusban!**

**A** turizmus létrejöttének feltételeit alkotják. Más néven turisztikai erőforrások. 3 csoportjuk van:

A, Természeti adottságok

- klíma,

- táj,

- növény és állatvilág

- levegő és vizek állapota

B, Társadalmi, kulturális adottságok:

- kultúra, hagyományok, étkezés

- épített környezet

- vendégszeretet,

- viselkedés kultúra,

C, Infrastruktúra:

- általános infrastruktúra

- szolgáltatási infrastruktúra