 تميز المنتج السياحي بجملة من الصفات والخصائص التي جعلته يختلف عن باقي الانشطة الاقتصادية الاخرى , ويمكن استعراض هذه المميزات بالنقاط الاتية **(**:-

1-  المنتجات السياحية صادرات غير منظورة .

       تعد السياحة منتجا عينيا فهي عرضا للخدمات بشكل اساسي وليست منتجا ماديا , لذلك يصعب نقلها من مكان الى آخر ، والمستهلك هو الذي يقصد مكان المنتج السياحي للحصول عليه ،ومن ثم فان الدول  المصدرة للمنتج السياحي ( الدول المضيفة ) لاتتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الاخرى.

- المنتجات السياحية منتجات مركبة .

المنتج السياحي عبارة عن مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها لتقدم منتجا سياحيا , فهو عبارة عن مجموعة من عوامل الجذب الطبيعية ( مناخ ، عوامل طبوغرافية ، بيئة ) وعوامل جذب تاريخية ( دينية ، حضارية ، ثقافية ) ، فضلا عن اماكن اقامة كالفنادق والقرى السياحية ، ومن خدمات المطاعم وأماكن الترفية والخدمات الاخرى مثل ( المكاتب والوكالات السياحية ، البنوك ) ، كذلك البنى الاساسية عامة مثل المطارات والموانئ والطرقات وغيرها من البنى التحتية ، كما يحتاج المنتج السياحي الى درجة من الوعي والثقافة السياحية لدى مواطني القصد السياحي ، متمثلا في حسن المعاملة والاحترام ، وان اهمال اي عنصر من هذه العناصر سوف يؤثر سلبا في الصورة النهائية للمنتج السياحي ، مما يؤدي الى انخفاض التدفق السياحي للبلد المضيف .

3 - عدم قابلية المنتج السياحي للنقل والتخزين :

     تتمتع العديد من الصناعات بقابلية النقل والتخزين , اذ يمكن لهذه المنتجات ان تنقل من المنتج الى مكان المستهلك , كما يمكن لها ان تخزن لمدة زمنية معينة ، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار الا ان المنتج السياحي فيفتقد لخاصية النقل والتخزين ، سيما اذا علمنا ان الطلب السياحي يتصف بالموسمية ، مما يؤدي الى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة .

4- وجود تسهيلات مساعدة في بيع المنتج السياحي :

     ليس من السهل تسويق المنتجات السياحية المتمثلة في عوامل الجذب السياحي ( الدينية ، الطبيعية ، الاثرية ........الخ ) إلا من خلال السياحة فهذه المغريات لاتدر عائدا إلا اذا بيعت على شكل منتج سياحي وهذا الاخير لايباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب ان توجد جنبا الى جنب مع المغريات السياحية وتتمثل هذه التسهيلات بعدة مجاميع منها :-

أ‌-     مشاريع النقل السياحي البري والجوي والبحري .

ب‌-    المنشآت السياحية الترويجية وغيرها ( مراكز التسلية واللهو ) ومجالات بيع الهدايا والسلع المكملة للسياحة وغيرها .

ج - منشآت الاقامة كالفنادق وغيرها من وسائل الاقامة التكميلية كالقرى السياحية ( النزل السياحية ) والمخيمات .

د - مشاريع البنى التحتية , كشبكات الطرق والمطارات وسكك الحديد والخدمات المرفقة ( المياه , الكهرباء , الصرف الصحي , ............... الخ )  .

5 - المنتج السياحي عرضه عديم المرونة :

    اي يصعب استعمال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في غير مجالات السياحة على الاقل في الامد ألقصير هذا فضلا عن ان عرض المنتج السياحي ليس من السهل تفسيره وفقا لتغير ذوق السائح وتفضيلاته ، ما يجعل من عملية تسويق المنتج السياحي تختلف بشكل كبير عن تسويق المنتجات الاقتصادية التقليدية التي يمكن تفسيرعرضها وفقا لتعديل خطوط الانتاج من حين لآخر استجابة لطلب السوق والأسعار .

6- حساسية المنتج السياحي للظروف الاستثنائية .

    يتميز المنتج السياحي بحساسيته للظروف الاستثنائية , فقد يتعرض في بعض الاحيان الى درجة من عدم الاستقرار لتأثره بالعديد من تأثيرات القوى الخارجية والداخلية , كما يتميز بمرونة عالية تجاه الدخل والسعر فضلا عن تأثره بمشكلة الموسمية .

أ - يتأثر المنتج السياحي بالتأثيرات الداخلية والخارجية , فعدم الاستقرار السياسي والأمني بالداخل والخارج ، كذلك التغيرات في اسعار صرف العملات ، فضلا عن قرارات الدول بالرقابة على النقد وتحديد حجمه الذي يسمح للسائحين الخروج به .

ب -  يمتاز النشاط السياحي بمرونة عالية لكل من الدخل والسعر مما يعني ان القرارات السياحية يمكن ان تتأثر كثيرا بالتغيرات القليلة في الدخول والأسعار ، وتقاس المرونة السعرية بالتغير النسبي في العرض او الطلب السياحي لدولة ما نتيجة التغير النسبي في سعر المنتج السياحي لهذه الدولة ، اما المرونة الدخلية فتقاس بالتغير النسبي في العرض والطلب السياحي لدولة ما نتيجة التغير النسبي في الدخل لهذه الدولة .

ج – تاثير الموسمية على المنتج السياحي : ان ما يميز النشاط السياحي في غالبيته بالموسمية , والتي يعبر عنها بأنها  موسمية الطلب السياحي اذ يتجه هذا الطلب إُلى الارتفاع في أوقات زمنية       معينة مرتبطة بالمناخ والعوامل التنظيمية والأعياد أو مواسم معينة اذ يصل في هذه المدد الى اعلى مستوياته خلال العام وينخفض في باقي أشهر السنة ، والموسمية  لا ترتبط فقط  بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين و لكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة ، ففي الدول الاوربية تزداد حركة السياحة  القادمة منها في فصل الشتاء اما الدول العربية فتزداد حركتها في فصل الصيف فضلا عن اوقات الاعياد الدينية ومواسم الحج والعمرة وزيارة العتبات المقدسة ، وتعرف الموسمية بانها، الخلل الزمني في ظاهرة السياحة ، التي تتمثل من حيث ابعاد عناصرها مثل أعداد الزائرين ، وحجم الإنفاق من الزائرين ، وحركة المرور على الطرق وغيرها من وسائل النقل ، وأشكال العمالة ، و الارتياد إلى مناطق الجذب السياحي ، او انها التحركات في السلسلة الزمنية خلال وقت معين من السنة التي تتكرر في كل عام وبالمثل،  ومن المفهوم ان التفاوت الموسمي يمثل ، نمط ايقاعي سنوي  يؤشر تغيرات معينة في الانتاج والمبيعات والاستهلاك ومقدار الربحية.

       من وجهة النظر هذه ، فالموسمية هي مجموعة فرعية من التقلبات الدورية على المدى الطويل في السلسلة الاقتصادية والتي تظهر التغير إما توسع أو انكماش في الاقتصاد الكلي ، ان الجانب الأكثر أهمية في الموسمية السياحية هو أنه ينطوي على تركيز التدفقات السياحية في مدد قصيرة نسبيا من العام . وتعود الموسمية إلى حد كبيرالى الخاصية الفسيولوجية للسياحة ، و اتخذت الموسمية هذه الخاصية بوصفها ميزة حتمية لهذا القطاع الاقتصادي مقارنة  بالأنشطة الاقتصادية الاخرى .