

«Дослідження туристичних ринків»




*Виконала:
Ландиш Каріна
37 гр.ФМЕ*

Дослідження та класифікація туристичного ринку

Методика географічного дослідження туристичного ринку макрорівня є дослідженням особливостей функціонування та розвитку туризму як складової світового ринку послуг і полягає в виявленні механізму формування глобальних геопросторових структур.

На макрорівні методику дослідження ринку туристичних послуг можна представити як наскрізну систему, що сполучає територіальні дослідження всіх рівнів з галузевими.

Галузеві ринки (ринок готельних послуг, ринок послуг дозвілля та розваг, ринок послуг туроператорів та турагенцій) мають ті ж рівні територіальної організації, але тільки ним властиву територіальну структуру, обумовлену специфікою діяльності і є видовими субринками світового туристичного ринку.





В основу дослідження такого масштабу покладений синтез аналітичного матеріалу, який відбиває особливості розвитку регіональних ринків і глобальні тенденції розвитку туризму як суспільного явища та як галузі світового господарства.

Туристичний ринок в структурі світового господарства склався і діє в відповідних формах, в тому числі й територіальних. Геопросторові структури туристичного ринку утворюються під дією загального механізму функціонування світового ринку і ринку послуг зокрема і є частковим проявом світогосподарської організації суспільного виробництва і споживання.

Саме тому в основу макрорегіонального дослідження покладені загальні суспільно-географічні закони і закономірності. Такий підхід (від часткового до загального і від узагальнення до визначення часткових проявів) дозволяє визначити:


- динаміку туристичного процесу як процесу споживання специфічних благ, послуг та товарів;
- структуру споживання, параметризовану до ознак турпродукту (за видами, формами, сезонами, терміном, класом обслуговування, використанням транспортних засобів);
- - територіальну диференціацію споживання туристичного продукту залежно від кон'юнктури ринку;

- 
- територіальну структуру, зокрема, елементи та форми територіальної організації споживання туристичних послуг;
 - системність зв'язків та механізм формування та функціонування регіональних ринків та субринків;
 - форми геопросторової організації туристичного ринку, їх взаємодію та ієрархію;
 - напрямки та перспективи розвитку регіональних ринків різного масштабу.



На **макрорегіональному** рівні досліджуються особливості розвитку, функціонування та територіальної організації міжнародного туризму як **функціонально-галузевої** складової світового ринку послуг та **експортно-імпоротної** функції ринку туристичних послуг, оскільки саме міжнародний туризм є ознакою глобальності туристичного ринку, а з іншого боку, проявом процесу глобалізації.

Ринок туристичних послуг, як складова світового господарства, підпорядкований дії основних світогосподарських законів і закономірностей та їх специфічним проявам в сфері послуг.




Туристичний процес характеризується туристичним споживанням як кінцевим виразом функціонування ринку туристичних послуг. Споживання туристичних благ, послуг та товарів на глобальному рівні фіксується обсягом, напрямком та ритмікою міжнародних туристичних потоків.


Тобто, рівень споживання залежить від рівня розвитку індустрії туризму, оскільки відбиває якість та різноманітність пропозиції, а також рівень розвитку певного територіального ринку: його ємність і достатність пропозиції, інформаційну забезпеченість ринкової діяльності, сприяння розвитку туристичного бізнесу .

Делімітація глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку ґрунтується на наступних принципах:

- комплексності, проявом якої є виявлені тенденції розвитку та функціонування певних моделей туристичного ринку, що є виразом історичного процесу формування туризму та сучасної туристичної політики, які закріплені в типології національних туристичних ринків;
- диференціації, яка відображена рівнем споживання туристичних послуг населенням і залежить від рівня соціально-економічного розвитку та життя населення, частковим проявом якої є територіальна диференціація туристичного процесу, виражена через комплексну оцінку рівня споживання туристичних послуг;




□ динаміки, що відтворює часовий вектор розвитку туристичного процесу та структурні зрушення: прискорення темпів розвитку індустрії туризму свідчить про ефективність національної туристичної політики на зовнішніх ринках міжнародного туризму, а зростання споживання туристичних послуг місцевим населенням - про загальні соціально-економічні зрушення і зміни умов та стилю життя і, в кінцевому виразі, в прилученні до світового туристичного процесу.



Національний ринок туристичних послуг є ключовим в суспільно-географічному дослідженні туризму, що визначається його зовнішніми та внутрішніми функціями. Саме розвиток внутрішнього ринку забезпечує виконання зовнішньої функції, визначає спеціалізацію та участь в світовому туристичному процесі. Тому методика дослідження національного туристичного ринку повинна відтворювати всю складність та багатоаспектність його функціонування як в сфері міжнародного, так і внутрішнього туризму. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг передбачає оцінку його макророзташування як суб'єкта світового туристичного ринку по відношенню до інших суб'єктів, та мезорозташування - по відношенню до суб'єктів макрорегіонального ринку чи субринку.





Маркетингові дослідження, які ведуться для потреб туристичного підприємства, стосуються нагромадження та оброблення інформації про:

- туристичний ринок, суб'єктів, які на ньому функціонують;
- ринкову позицію підприємства;
- конкурентне середовище;
- продаж туристичних послуг у часовому та просторовому вимірі;
- поведінку споживачів у процесі продажу;
- ступінь задоволення туристів;
- спостереження за цільовим ринком;
- інструменти впливу комплексу маркетингу (marketing-mix);
- прогнозування тенденцій розвитку ринку на перспективу.

Дослідження у туризмі виконують визначені функції. До основних із них можна зарахувати:

- пізнавальну — допомогу у розумінні процесів і явищ, які відбуваються у туризмі (збір даних, обробка, аналіз, прогноз);
- діагностичну — допомогу у прийнятті рішень (ідентифікація засобів, які можуть впливати на попит та визначення оптимального рівня цього впливу);
- прогнозну — допомогу у передбаченні майбутнього формування процесів і явищ на туристичному ринку; це особливо важливо у прогнозі обсягів продажів туристичним підприємством і його найближчими конкурентами; виняткове місце тут займає прогноз продажу нового продукту;
- контрольну — допомогу у перевірці отриманих результатів.



Дякую за увагу!