



Туристический рынок и его основные составляющие

- 
- ▶ **Рынок туризма** – общественно экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи туристического продукта в определенное время и в определенном месте.

- 
- ▶ Туристический рынок характеризуется наличием **субъектов**, в качестве которых выступают организаторы и продавцы туристического продукта (туроператоры и турагенты), их контрагенты – производители туристических услуг (гостиницы, предприятия питания, транспортные организации и т.д.) и **покупатели** (потребители туристических услуг).

► Важнейшими категориями рынка являются **спрос** и **предложение**.

Спрос представляет собой форму проявления потребности населения в туристическом продукте, обеспеченную денежными средствами, и называется платежеспособным.

Предложение – это вся масса предназначенная для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения. Оно обусловлено определенными предпосылками, важнейшими из которых являются: наличие туристских услуг, уровень развития туристской индустрии, объем туристских ресурсов.

С точки зрения особенностей и содержания маркетинговой деятельности выделяют следующие **рынки** :

- ▶ **целевой**, на котором фирма реализует или собирается реализовать свои цели;
- ▶ **бесплодный**, не имеющий перспектив для реализации определенных услуг;
- ▶ **основной**, где реализуется основная часть услуг предприятия;
- ▶ **дополнительный**, на котором обеспечивается продажи некоторого объема услуг;
- ▶ **растущий**, имеющий реальные возможности для роста объема продаж;
- ▶ **прослоечный**, на котором коммерческие операции не стабильны, но имеют перспективы превращения в активный рынок при определенных условиях

Направления исследований рынка туризма страны

Направление исследований	Показатель
Население	Общая численность Половозрастная структура Структура по отдельным категориям(учащиеся,работающие,пенсионеры) Количество и структура семей
Социально-экономические условия	Сложившаяся система платежеспособности населения Структура расходов и доходов населения Структура затрат на отдых в том числе на туризм Уровень социального обеспечения Система отпусков и каникул, включая их продолжительность и оплату Соотношение рабочих и не рабочих дней
Отношение населения к туризму	Туристская подвижность населения мотивация поездок(виды туризма) Сезонность поездок Соотношение внутреннего и въездного туризма Средняя продолжительность поездок Структура расходов туристов
Туристская индустрия	Наличие и структура туроператоров и турагентов Средства размещения и питания Средства транспорта Инфраструктура(Банки,магазины,связь т.д) Испльзование современных компьютерных технологий, в том числе автоматизированных систем бронирования

Туристское предложение	Туристские ресурсы (природно-климатические, культурно-исторические, национально-этнографические и др.) Виды предложений Соответствие предложений международным стандартам Уровень цен на туристские услуги, в том числе гостиничные тарифы, цены на питание, транспорт и т.д.)
Организации и уровень развития туризма	Туристская политика государств Развитие национального и народного туризма Статистика туризма Туристский имидж страны Безопасность поездок Роль туроператоров и турагентов Общественные туристские организации Туристские формальности Правила въезда и выезда

- 
- ▶ **Конъюнктура рынка** – экономическая ситуация на рынке в определенный момент времени, сложившаяся в результате взаимодействия факторов и условий, определяющих соотношение спроса и предложения на туристские услуги, а также уровень и динамику цен на них.

Конъюнктуру туристического рынка характеризуют:

- ▶ масштаб рынка (его ёмкость, объем продаж туристского продукта, число предприятий различных типов выступающих на рынке);
- ▶ степень сбалансирования рынка (соотношение спроса и предложения туристских услуг);
- ▶ уровень цен;
- ▶ тип рынка (конкурентный, монополистический и т.д.);
- ▶ состояние конкуренции (число конкурентов, их активность);
- ▶ степень государственного регулирования рынка;
- ▶ барьеры для выхода на рынок;
- ▶ наличие сезонных колебаний спроса.

- ▶ **Ёмкостью рынка** называют потенциально возможный объем реализуемых на нем туристских услуг в течении определенного промежутка времени (как правило, за год)

Данный показатель рассчитывается как в **натуральном** (количество туристов), так и в **стоимостном** (объем поступлений от туризма в денежных единицах) выражениях. Ёмкость зависит от объемов платежеспособного спроса населения, уровня цен и характера туристского предложения.

Расчет ёмкости рынка базируется на потребительном принципе, что предполагает учет численности населения, а также доли расходов на туризм в бюджете семьи.