

Практичні рекомендації для учнів групи 14

Професія: 4144 Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

2.3. Вітчизняний ринок туристичних послуг.

Мета уроку:

Навчальна – відпрацювати навички роботи при маркетингових дослідженнях внутрішнього ринку у сфері туристичної діяльності, засвоїти способи визначення попиту та пропозицій у туризмі.

Розвивальна – сприяти розвитку творчої активності учнів, формуванню пізнавальних здібностей, розширенню кругозору і збагаченню словникового запасу, розвиток уміння оперувати отриманими знаннями, застосовувати їх на практиці.

Виховна – формувати відповідальність за результати своєї роботи, сприяти підвищенню мотивації до управлінської діяльності та співпраці в колективі.

Матеріали до теми та пояснення трудових операцій:

Ринок туристичних послуг - це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі. Ринок туристичних послуг визначається як туристичний регіон, країна, система, в якій здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг в гроші і зворотного перетворення грошових потоків на туристсько-екскурсійні послуги. Також ринок туристичних послуг можна визначити як сукупність споживачів туристського продукту, які мають кошти купити його сьогодні або завтра.

При вивченні напрямів формування ринку в сфері туризму необхідно враховувати специфіку функціонування ринку туристичних послуг.

Суть ринку туристичних послуг можна розкрити через функції, які він виконує, та надавши характеристику основним його ознакам.

Сучасний туристський ринок виконує наступні специфічні функції:

- функція реалізації вартості і споживної вартості, туристського продукту;
- функція організації процесу доведення туристського продукту до споживача (туриста);
- функція узгодження виробництва і споживання туристичного продукту;
- підтримка балансу попиту і пропозиції на туристичний продукт;
- встановлення ціннісних еквівалентів для обміну туристичним продуктом;
- стимулювання ефективності виробництва туристичного продукту і спонукання виробників до створення необхідного туристичного продукту з найменшими затратами;
- диференціації турагентів, турагентів і їх контрагентів відповідно до ефективності їх роботи;
- стимулююча, сутність якої полягає в тому, що ринок має виробляти саме ті товари та послуги, які потрібні споживачам.

Ринок туристичних послуг характеризується наступними ознаками:

1. Основним предметом купівлі-продажу є послуги. Туристські послуги невідчутні. Важливе значення має надійність продукту, гарантії обіцяного рівня і якості, також вичерпна інформація про споживчі властивості туру. Від цього залежить довіра до фірми з боку клієнта і її стійкість на ринку.
2. При реалізації туристського продукту є розрив в часі між придбанням продукту і його споживанням, тому важливі чіткість і надійність каналів просування туристського продукту і відповідальність фірми, що реалізовує продукт.
3. На туристському ринку є територіальна роз'єднаність між споживачем і виробником, тому важливим є встановлення оперативних зв'язків з

віддаленими

партнерами.

4. Якість продукту більшою мірою залежить від конкретних виконавців.
5. На туристський попит впливають сезонні коливання і нерівномірність туристського потоку. Зменшення цих негативних явищ можливе при застосуванні методу диференціації цін на елементи обслуговування по сезону, а також через зниження ємкості перевезень туристів.
6. Окрім покупця і продавця в механізм туристського ринку включається величезна кількість посередницьких ланок.

Ефективне функціонування ринку туристичних послуг зумовлене виконанням його суб'єктами наступних умов:

- вільна конкуренція виробників туристичного продукту;
- наявність ринку збуту туристичного продукту;
- наявність вільного ринку отримання послуг споживачами;
- забезпечення однаковими умовами в області якості і безпеки продукту, що випускається;
- обґрунтована ціна на туристичний продукт.

Розвиток туризму в цілому залежить від комплексу умов:

природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві і факторів, які їх визначають.

Фактор у туризмі – це момент, суттєва обставина туристської практики. Фактори розвитку ринку туристичних послуг прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей. До зовнішніх факторів можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах тощо.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві, освітній та культурний рівень населення.

З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни).

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні.

- Статичні мають незмінне в часі значення (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори).

До динамічних факторів відносяться:

- демографічні (загальне зростання народонаселення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів, зміна вікової структури);

- соціальні (зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно приймають участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня, збільшення числа працюючих жінок і збільшення доходу на кожну родину (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини, надзвичайно швидке зростання числа

- бездітних пар у складі населення, зменшення імміграційних обмежень, більш ранній вихід на пенсію, зростання усвідомлення туристських можливостей.);
- економічні (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних);
 - культурні (зростає рівень культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями);
 - науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму);
 - міжнародні фактори (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу).

На глобальному рівні в світі спостерігається сполучення двох напрямків розвитку ринку туристичних послуг:

- 1) інтенсивний (розвиток індустрії туризму “вглиб”), спрямований на урізноманітнення пропозиції на ринках всіх рівнів і відповідними провідними позиціями на світовому та регіональному ринках;
- 2) екстенсивний (розвиток індустрії туризму “вшир”), спрямований на приєднання нових територій (регіонів, країн та окремих їх частин), що на даному етапі мають значні відносні переваги, до світового туристичного процесу шляхом створення там індустрії туризму за світовими стандартами .

Основу державної політики при розробці напрямів розвитку туризму повинні складати наступні чинники:

- ✓ державне стимулювання внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму, поліпшення умов обслуговування туристів;

- ✓ поетапна приватизація туристичних об'єктів з їх інфраструктурою; будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;
- ✓ державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України;
- ✓ залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури туризму;
- ✓ організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;
- ✓ сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування;
- ✓ залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму);
- ✓ створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького тощо);
- ✓ державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України через міждержавні угоди та програми;
- ✓ створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного бізнесу;
- ✓ проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу країни; проведення комплексних ландшафтно-екологічних та історико-культурних досліджень території України тощо.

До джерел фінансування основних напрямів розвитку ринку туристичних послуг слід віднести:

- кошти туристичних підприємств і організацій, у тому числі й на умовах пайової участі;

- кредитні ресурси;
- іноземні інвестиції;
- державні асигнування на розвиток рекреаційних зон загальнодержавного значення та відновлення історико-культурних пам'яток;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Завдання для самоконтролю:

- Ринок туристичних послуг це-?
- Які функції виконує туристичний ринок?
- Який комплекс умов зумовлює розвиток туристичного ринку?
- Які фактори впливають на розвиток туризму ?

Практичне завдання:

- ❖ Створіть власну анкету для маркетингового дослідження попиту туристичних послуг на внутрішньому ринку за зразком поданим у додатку 1.
- ❖ Проаналізуйте використовуючи різні види джерел попит на внутрішньому ринку туристичних послуг.

Рекомендовані Джерела:

<https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-Ukraine.html>

https://ua.igotoworld.com/ua/article/1255_vnutrishnii-turizm-v-ukrajin.htm

https://tourlib.net/statti_ukr/ocheretin.htm

Відповіді на виконані завдання надсилати на електронну адресу karpenkog07@gmail.com

У темі листа вказати прізвище та ім'я учня, № уроку.

Додаток 1.

Анкета вибіркового опитування відвідувачів (туристів та одноденних відвідувачів) щодо визначення обсягу туристичних витрат в Україні та за кордоном

Ми хочемо задати Вам кілька запитань стосовно Вашої подорожі та витрат, пов'язаних з нею. Всі відповіді конфіденційні. Вони будуть використані тільки в статистичних цілях і не будуть передаватися ніяким іншим установам, організаціям або третім особам.

Заповнити анкету нескладно. Уважно вислухайте кожне запитання анкети та всі варіанти запропонованих відповідей. Виберіть варіант (або варіанти) відповіді, що підходить Вам найбільше.

(До уваги інтерв'юєрів: Біля вибраного респондентом варіанту відповіді обведіть кружком цифру відповіді)

Анкета № _____ (додаток № _____ допишіть)

кодова шапка заповнюється інтерв'юєром

Дата проведення інтерв'ю (число, місяць, рік)	Час проведення інтерв'ю	Код інтерв'юера	Код області	Код населеного пункту
1	2	3	4	5
__ ч. __ м. __ р.	__ г. __ хв.			

Загальні відомості про відвідувачів

1. Назва пункту де проводиться обстеження:

Область: _____

Населений пункт: _____

2. Чи є Ви громадянином України?

1. Так

2. Ні (переходьте до п. 4)

3. Якщо "так", вкажіть, будь ласка, мету (причину) Вашого перебування в даному пункті:

1. Повертаюся (прибув) із закордону (*переходьте до додатку В*)

2. Виїжджаю закордон (*інтерв'ю закінчено*)

3. Прибув з місця свого проживання для подорожі в межах України (*інтерв'ю закінчено*)

4. Повертаюся (прибув) до місця свого проживання (подорожував у межах України) (*переходьте до додатку Б*)

5. Виїжджаю із місця свого проживання для подорожі в межах України (*інтерв'ю закінчено*)