

Владислав Пасталовський, Євгеній Олійніченко

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

В умовах туристичного ринку, який з кожним роком дедалі більше і швидше розвивається, найважливішою маркетинговою функцією будь-якого туристичного підприємства є проведення маркетингових досліджень. Це пов'язано з тим, що підприємство має бути конкурентоспроможним, воно повинно орієнтуватися в бізнес-середовищі, аналізувати тенденції зміни ринкового середовища, і вивчати як конкурентів так і своїх споживачів.

Для початку з'ясуємо що таке маркетингове дослідження. На сьогоднішній день існує велика кількість понять щодо даного визначення. Наведемо приклад одного. Маркетингові дослідження це широкий комплекс різноманітних досліджень, необхідних для розробки оптимальних стратегій і проведення ефективної оперативної маркетингової діяльності [1].

Маркетингові дослідження використовують міждисциплінарний підхід, оскільки під час їхнього проведення застосовуються методи статистики, соціології, психології, економічних, управлінських та інших наук.

Початковими діями будь-якої туристичної компанії є залучення маркетингу в свою діяльність. Малі та середні підприємства можуть це зробити за допомогою спеціальних маркетингових агентств, рекламних установ, залученням зовнішніх спеціалістів. Великі ж підприємства створюють спеціальні підрозділи відповідальні за маркетинг [3].

З практичної точки зору маркетингове дослідження є основою для коректування діяльності туристичного підприємства. Іншими словами воно ставить цілі які необхідно досягнути даному підприємству.

Однією з головних цілей маркетингового дослідження є виявлення проблем в діяльності підприємства. Виявлення причин і проблем, що викликають неефективність бізнесу, часто є одним з багатьох простих внесків, внесених дослідженнями в управлінський процес. Також необхідно підтримувати зв'язок підприємств з їх цільовим ринком. Дослідження в туризмі дозволяють виявити майбутні тенденції, дають можливість краще зрозуміти запити ринків і простежити відбуваються на ринках зміни, щоб розробити відповідну політику. Дослідження знижують вірогідність виникнення ризику від несподіваних змін на ринках. Певною мірою дослідження забезпечує гарантію того, що фірма не буде виробляти товар, який у зв'язку з сталися на ринку змінами став вже застарілим для даного ринку [2].

Будь-яке підприємство намагається знизити свої витрати, а дослідження допомагає йому визначити найбільш ефективні методи ведення

бізнесу і виключити неефективні. Також дослідження можуть призвести до відкриття нових ринків, нових продуктів і нових варіантів використання продуктів, які вже перебувають у продажу. І як що вже говорити про збільшення фінансових прибутків, не слід забувати про те що дослідження може надати допомогу в стимулюванні продаж. Іншими словами перетворити відділ продаж у відділ відвантаження.

Крім того кожному підприємству слід піклуватися про власний імідж, створювати сприятливе ставлення з боку покупців туристичних послуг. Споживачі добре ставляться до проведення туристськими підприємствами досліджень. Вони вважають, що компанії, які займаються подібною діяльністю, дійсно піклуються про них і докладають зусиль для створення продукту чи послуги, яка б задовольнила їхні потреби [2].

Тому на сьогоднішній день не варто недооцінювати маркетингові дослідження. Саме вони можуть надати підприємству потрібну інформацію, яка є необхідною для кращого розвитку бізнесу і для здобуття переваг над конкурентами. А за умови ефективного використання результатів цих досліджень на практиці, будь-яке туристичне підприємство займатиме стійку позицію на ринку туристичних послуг в умовах жорстокої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/glavy/91080-22-sutnst-funkts-marketingovogo-dosldjennya-u-turistichny-galuz.html>
2. Особливості маркетингових досліджень в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua-referat.com>
3. Сутність маркетингових досліджень в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://referat-ok.com.ua/marketing/marketing-u-turizmi>