

УДК 332.012.23

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

ЛЕХТЯНСКАЯ ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА,

к.э.н., доцент

ГОРОШНИКОВА ЕВГЕНИЯ ВИКТОРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

Аннотация. Привлекательность любого региона нашей страны зависит от туристского потенциала данной местности. Туристский потенциал России, на различных территориях, используется не во всю силу, если смотреть в процентном соотношении, то используется всего 8-10%. Основные проблемы – недовольство потребителей качеством услуг и туристских объектов, высокие цены. Эта проблема появилась благодаря совокупности негативных факторов, которые основаны на несоответствии потребностей туриста и качества услуг продукции.

Ключевые слова: туристский потенциал, анализ, структура, туристские услуги, конкуренция, туризм.

ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF THE CONSUMER REGIONAL TOURIST MARKET

Lekhtyanskaya Larisa Vladimirovna,

Goroshnikova Eugenia Viktorovna

Annotation. The attractiveness of any region of our country depends on the tourist potential of this area. The tourist potential of Russia, in various territories, is not used to its full potential, if you look at the percentage ratio, then only 8-10% is used. The main problems are consumer dissatisfaction with the quality of services and tourist facilities, high prices. This problem appeared due to a combination of negative factors that are based on the discrepancy between the needs of the tourist and the quality of the services of the products.

Key words: tourism potential, analysis, structure, tourism services, competition, tourism.

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка имеет критическое значение для развития туризма в регионе. Он позволяет определить целевую аудиторию, понимать влияющие на рынок факторы и разрабатывать соответствующую стратегию для достижения успеха в этой области.

К негативным факторам можно отнести, например:

1. низкоразвитая инфраструктура (нехватка современных средств передвижения, состояние дорог и парковок, состояние автобусных стоянок, очень маленькое количество развлекательных и досуговых заведений).

Для решения этой проблемы необходимо малое количество досуговых и развлекательных центров и заведений, мощных аттрактивных мест показа для формирования мотивации к повторному посещению или желания посоветовать другим. Для устранения пробела в данном секторе необходимо развивать инвестиционные проекты в регионах для создания инфраструктурных объектов при помощи различных средств и форм ГЧП [1];

2. Неполюценная работа транспорта, особенно в отдаленных местах региона, что может отталкивать туристов от посещения.

3. Недостаточное количество альтернативные формы размещения (например, хостелы, гостевые дома, кемпинги) для туристов с ограниченным бюджетом.

4. Низкий уровень сервиса в отели и ресторанах, что может не удовлетворить запросы и требования туристов.

5. Отсутствие доступной информации о регионе и его достопримечательностях на иностранных языках, что снижает привлекательность региона для иностранных туристов.

6. Недостаточное внимание к экологической составляющей туризма, что может привести к негативным последствиям для окружающей среды и вызвать недовольство туристов.

7. Негативное отношение местного населения к туристам, что может создавать препятствия для их пребывания в регионе и угрожать их безопасности [2].

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка является одним из ключевых факторов в развитии туризма в регионе. Этот анализ дает представление о целевой аудитории, влияющих на рынок факторах и спросе на определенные виды туризма.

Одним из основных элементов структуры потребительского регионального туристического рынка является потребительская аудитория, которую необходимо понимать в деталях.

Для этого проводятся исследования, в ходе которых выявляются возраст, пол, доходы и образование потенциальных туристов. Эти данные помогают определить, какие услуги и виды туризма наиболее востребованы в регионе.

Еще одним элементом структуры потребительского регионального туристического рынка являются влияющие на него факторы, такие как экономическая ситуация в регионе, политическая ситуация, доступность места в целом и т.д.

Эти факторы могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на рынок туризма в регионе [3].

Спрос на туристические услуги зависит от различных факторов, включая социально-экономическую ситуацию в регионе, наличие достопримечательностей и туристических объектов, рекламных акций, уровня обслуживания и комфорта, а также доступности и цены.

Предложение туристических услуг включает все виды услуг, связанных с туризмом, такие как гостиничное размещение, транспорт, экскурсии, культурные программы и т.д.

Конкуренция на туристическом рынке может проявляться как между различными предприятиями, так и между различными регионами в стране. Различные участники рынка могут конкурировать между собой на основе качества услуг, цены, продвижения и рекламы.

Анализ структуры потребительского регионального туристического рынка позволяет определить потенциальные рыночные возможности и разработать эффективные стратегии для привлечения и удержания туристов в регионе [4].

Наконец, анализ структуры потребительского регионального туристического рынка включает в себя оценку спроса на конкретные виды туризма, такие как проживание в гостиницах, походы по горам, посещение музеев и т.д. Оценка спроса важна для создания инфраструктуры и разработки программ для туристов [5].

Таким образом, анализ структуры потребительского регионального туристического рынка имеет критическое значение для развития туризма в регионе. Он позволяет определить целевую аудиторию, понимать влияющие на рынок факторы и разрабатывать соответствующую стратегию для достижения успеха в этой области.

Список источников

1. Балаева, О. Н. Управление организациями сферы услуг : учебное пособие / О. Н. Балаева, М. Д. Предводителева ; - М. : Изд. дом Гос. ун-та - Высшей школы экономики, 2020. - 155 с.

2. Яковлев, Г. А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп./ Г.А. Яковлев. –М.: Издательство РДЛ, 2017. –376 с.

3. Черевичко, Т.В. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие/ Т.В. Черевичко. –Саратов, 2018. –32 с.
4. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. –URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=349157&fld=134&dst=100009,0&rnd=0.8906667079142898#07276322998079907> (дата обращения: 25.04.2023).
5. Дунченко Н.И., Управление качеством в отраслях пищевой промышленности: учебное пособие / М.Д.Магомедов, А.В.Рыбин, Н.И.Дунченко. – 4-е изд. – М.: ИТК «Дашков и К», 2022. – 212 с.