

УДК 339.13

**Сергій Онишко**

**Sergii Onyshko**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Піняк І. Л.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ТУРИСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ**

### **TOURISM MARKETING**

Маркетинг в туризмі - це діяльність, спрямована на організацію та управління діяльності туристичних фірм. Розробка нових видів туристичних та екскурсійних послуг, покращення якості туристичного продукту, та його збуту.

Потрібно відзначити, що проблемою маркетингу в туризмі свого часу займалися такі вчені, як: Дурович А.П. ; Філіп Котлер; Папирян Г.А. ; Джеймс Мейкенз; Рогов Г.К. ; Азар В.І. ; Джон Боуен; Розанова Т.П. ; Рігер А. ; Карпова Г.А. ; Соундерс Дж.; Гаранін Н. І. та інші.

В загальному, туризм не має особливих відмінностей від інших форм господарської діяльності, тому більшість основних принципів сучасного маркетингу доцільно буде застосовувати і до туризму. Але водночас в туризмі присутні свої специфічні риси, які створюють відмінності як від торгівлі товарами, так і від інших форм торгівлі послугами. Тому, що тут присутні, як торгівля товаром, так і послугами та особлива специфіка споживання туристичних послуг і товарів в місці їх виробництва.

У звичному понятті «виробництва», маркетинг постає у більш конкретизованому вигляді. Тоді як у туризмі результатом «виробництва» виступає туристичний продукт. В свою чергу, туристичний продукт – це послуга, що задовольняє ті чи інші потреби туристів за оплату з їхньої сторони.

До туристичних відносяться послуги щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Також «туристичний продукт» може бути розглянутий у кількох сенсах. У вузькому і широкому. У вузькому сенсі - це туристичні послуги окремих секторів. У широкому сенсі туристичний продукт - це сукупність певних товарів і послуг, що в результаті утворюють подорож.

Отже, маркетинг забезпечує підприємству не тільки успішне задоволення потреб на ринку, а і конкурентоспроможність. Орієнтуючись, в основному, на сферу виробництва, маркетинг деякий час не отримав потрібне застосування у сфері туризму. Але підвищення конкуренції і комерціалізація на туристичному ринку призвели до того, що більшість елементів маркетингу було адаптовано і під туризм.

Також у туризмі є деякі особливості, що пов'язані з характером послуг, що надаються, формами продажів, тощо. Тому для дієвого використання маркетингу фахівцям туристичних підприємств потрібно було його освоїти повній мірі, щоб досягнути успіху на ринку, опанувати його методологію, та вміти застосувати її в необхідних для цього ситуаціях. Всім туристичним фірмам необхідно застосовувати маркетинг у своїй практиці. Необхідно досліджувати попит і пропозицію на певні туристичні послуги регулювати ціни на проекти, рекламувати свої послуги, тощо. І тут маркетинг виступає в якості компаса, який дозволяє вести діяльність фірми до запланованої мети більш безпечним шляхом.

Туризм належить до сфери послуг і є однією з найбільших і динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристської індустрії.