

# Истраживање туристичког тржишта



# Истраживање туристичког тржишта

## Истраживање маркетинга

- Истраживање тржишта, конкуренције, организације продаје, цена и пропаганде
- Ово подручје је много шире од истраживања тржишта

## Истраживање тржишта

- Утврђивање потреба потражње и потрошње
- Утврђивање потенцијалног тржишта
- Утврђивање будућег тржишта и будуће продаје
- Утврђивање положаја производа
- Утврђивање будућег асортимана
- Утврђивање жеља, намера, мишљења и побуда потрошача- понашање потрошача

# Садржај истраживања туристичког тржишта

1. Истраживање садашњих и потенцијалних услова на туристичком тржишту
2. Истраживање адекватности туристичке понуде са становишта захтева тражње и постојеће потрошње, као и туристичке привреде која треба да одговори захтевима потенцијалне тражње и потрошње
3. Истраживање могућности за унапређење туризма
4. Истраживање цена туристичких услуга

# 1. Истраживање садашњих и потенцијалних услова на туристичком тржишту

- Истраживање садашњих и потенцијалних туристичких **потреба** на домаћем и иностраном тржишту
- Истраживање садашње и потенцијалне **тражње** као и **фактора** који је одређују
- Утврђивање садашње и потенцијалне **потрошње** према носиоцима и подручјима из којих долазе

2. Истраживање адекватности туристичке понуде са становишта захтева тражње и постојеће потрошње, као и туристичке привреде која треба да одговори захтевима потенцијалне тражње и потрошње

- Истраживање смештајних капацитета и објеката за исхрану
- Истраживање саобраћајне мреже и структуре саобраћајног система
- Истраживање трговинске мреже
- Организација облика забаве и разоноде у туристичким местима
- Конкурентска понуда

### 3. Истраживање могућности за унапређење туризма са становишта:

- Организације, стратегије и ефеката **пропаганде** у земљи и иностранству
- Организације **сарадње са јавношћу**
- Организације **продајне службе**
- Истраживања разних **тржишних мера** које треба предузимати ради побољшања положаја
- Истраживање **мотива**

## 4. Истраживање цена туристичких услуга са становишта:

- Економских могућности садашњих и потенцијалних туриста, конкурентских односа на тржишту и цена репроматеријала

# Ниво истраживања туристичког тржишта

- Истраживање туристичког тржишта на **макро** нивоу
  - Основно поље интересовања је туристичко тржиште са становишта тражње и адекватности понуде у односу на садашњу и потенцијалну тражњу
  - У развијеним туристичким земљама најзначајнија истраживања врше се у оквиру националних туристичких организација
- Истраживање туристичког тржишта на **микро** ниво
  - Истражују се проблеми везани за туристичку тражњу и понуду са становишта домена интересовања **конкретног предузећа** туристичке привреде
  - Истраживање адекватности понуде у односу на тражњу



# Истраживање туристичког тржишта

## ➤ Средства за истраживање тржишта

- на макро нивоу средства обезбеђује држава
- на микро нивоу финансијска средства обезбеђују предузећа

## ➤ Значај истраживања туристичког тржишта

- Вођење правилне политике обезбеђења туристичке понуде
- Утврђивање укупне масе инвестиција
- Вођење правилне политике у погледу регионалног развоја земље
- Вођење правилне политике унапређења туризма
- Организација продајне службе
- Вођење правилне политике цена
- Вођење правилне политике саобраћаја
- Организација туристичке привреде

# Методи истраживања туристичког тржишта

## 1. Квантитативне методе

- Историјски методи или методи директних података базирани на секундарним изворима информисања
- Методи испитивања (сондажа), базирани на примарним изворима информисања
- Експериментални методи, базирани на прибављању информација на основу експерименталног посматрања

## 2. Квалитативне методе

- Засноване су на примени психологије и оријентисане су на истраживању мотива путовања и ставова, односно мишљења страних и домаћих туриста

# Историјска метода-метода директних података

- Средње вредности
- Мере варијације
- Индекс
- Тренд
- **Корелација и регресија** на основу којих је могуће конструисати моделе-гравитациони, тржишне сегменте



# Средње вредности

- Типичне вредности које карактеришу статистичку масу у целини
  - Аритметичка средина (просек)
  - Модус
  - Медијана
  - Итд.

# Мере варијације

- Интервал варијације
- Средње апсолутно одступање
- Варијанса
- Стандардна девијација
- Коефицијент варијације
- Нормализовано одступање

# Корелациона анализа

У корелационој анализи се истражује јачина, односно интензитет квантитативног слагања посматраних појава. Корелација је у суштини **међусобна повезаност посматраних појава.**

# Регресиона анализа

Статистичко истраживање зависности између две или више појава на чијој се основи врши предвиђање. Она показује како се једна појава (зависно променљива) мења са променом друге појаве.

# Индекс

Временски индекси или индекси динамике изражавају релативан однос између обима две или више истородних појава у разним временским раздобљима. Лако се израчунавају: податак из једног временског периода се узима као база (базна вредност) и са њим се упоређује податак из неког другог периода.



# Тренд

Тренд је замишљена линија (права или крива) промена појаве на дужи рок, која представља просечно кретање појаве.

# Статистички софтвер

A photograph of a person in a white dress shirt and a dark striped tie, sitting at a desk and typing on a laptop keyboard. The person's hands are visible, and the laptop is open in front of them. The background is a plain, light-colored wall.

- Microsoft Excel

- SPSS

- Statistica

**Пример 10.**