



Тенденции туристического спроса.



Туристский спрос является категорией массовой и социальной. Он формируется на основе многочисленных факторов, воздействие которых может повышать или понижать спрос.

Наиболее важными и значительными факторами, влияющими на изменение спроса на туристическом рынке, являются следующие:

- Общеэкономические факторы
- Социально-демографические факторы
- Факторы культурного и общественно-психологического характера
- Личностно-поведенческие факторы

Потребитель туристских услуг XXI века – более информированный, независимый, раскрепощенный, критически относящийся к предлагаемым ему товарам и услугам, избалованный их обилием и разнообразием, существенно изменяющий свое поведение на туристском рынке, поэтому, в туристском спросе обозначились тенденции, соответствующие именно такому набору потребительских желаний. Потенциальный турист подвержен влиянию моды, легко меняет свои симпатии, предпочтения, интересы, мотивы поведения на рынке. Вследствие этого и продолжают появляться все новые и новые направления туризма, чтобы можно было удовлетворить потребности даже самого взыскательного потребителя.

По прогнозам экспертов ВТО, мировая индустрия туризма входит в период постоянно увеличивающегося объема путешествий и экскурсий, усиливающейся конкуренции среди регионов и стран пребывания. Туризм стал необходимой потребностью массового потребителя. Туризм XXI века ориентирован на клиента и вступает в эпоху индивидуальности.

С середины 1980-х гг. в туристском спросе обозначились новые тенденции, которые проявляются в следующем:

1. **изменение стереотипов поведения туристов.** В мотивации туристских поездок усиливается влияние активных форм отдыха, проявляется спрос на удовольствия и смену впечатлений; модными видами туризма стали экзотические туры;
2. **расширение круга потенциальных потребителей туристских услуг.** Все новые категории лиц вливаются в туристское движение. В качестве перспективных целевых групп рассматриваются одинокие люди и бездетные пары, пожилые люди, работающие женщины

3. **изменение возрастной структуры путешественников**, т. е. увеличение удельного веса лиц пожилого возраста в общей совокупности посетителей;

4. **специализация и индивидуализация спроса.** Туристы все больше предпочитают индивидуальные поездки, выбранные по собственному вкусу. Групповые туры на общеизвестные и явно «перенаселенные» курорты многих уже не удовлетворяют. В связи с этим туристские фирмы не адресуют свой продукт туристам в целом, а ориентируются на удовлетворение конкретных целевых групп клиентов;

5. **экспансия выездного туризма.** В структуре туристских поездок наблюдается тенденция к увеличению числа поездок за рубеж при одновременном уменьшении их внутри страны;

6. экологизация мышления потребителя.

Происходит осознание хрупкости окружающей среды и ее неразрывного единства с человеческим обществом, как следствие этого повышается спрос на экологические туры;

7. изменение частоты и длительности

туристских поездок. Частотность имеет долгосрочную тенденцию к росту, длительность - к уменьшению. Это явление позволяет сгладить сезонную неравномерность в работе туристских предприятий;

8. повышение требований туристов к уровню

сервиса. Туристы стали более грамотными и опытными, следовательно, более требовательными;

9. интенсификация туристского отдыха.

Насыщение отдыха экскурсиями, прогулками,

Спасибо за внимание