IV. КОН'ЮНКТУРА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Кон'юнктура ринку відтворює економічну ситуацію, що склалась на певний момент часу внаслідок сукупної дії факторів та умов, які визначають співвідношення попиту і пропозиції на туристичний продукт і характеризуються рівнем та динамікою цін на товари та послуги туризму.

Кон'юнктура є невід'ємною рисою функціонування ринку. Вона складається внаслідок сукупної дії внутрішніх та зовнішніх умов та чинників і характеризує стан ринку в даний час і в даному місці. Ознакою кон'юнктури є коливання та динамізм, підпорядковані циклічному розвитку світової економіки, що знаходить свій прояв на різних рівнях. На мікрорівні досліджуються короткотермінові коливання і зміни співвідношення попиту/пропозиції, що впливають на діяльність суб'єктів ринку, на макрорівні - середньо- та довгострокові тенденції розвитку ринку, які враховуються в галузевій та національній стратегії соціально-економічного розвитку.

Дослідження кон'юнктури туристичного ринку передбачає виявлення кола умов та чинників, що в даний час найсуттєвіше впливають на формування попиту та пропозиції на внутрішньому та міжнародному ринках (в залежності від масштабів та напрямку діяльності), визначення сили та напрямку їх впливу з метою прогнозування кон'юнктурних змін на певний термін. Основними етапами дослідження кон'юнктури ринку туристичних послуг є:

а) поточні спостереження, зосереджені на зборі, оцінці, систематизації та первинній обробці інформації про стан ринку;

б) аналіз кон'юнктурної інформації з метою визначення тенденцій та закономірностей формування кон'юнктури даного ринку;

в) прогноз кон'юнктури досліджуваного ринку, що є основою розробки стратегії і тактики діяльності туристичного підприємства з посилення конкурентних позицій.

Розрізняють кон'юнктуру попиту та пропозиції з подальшим поділом за конкретними ринками; цінову та товарну кон'юнктуру та форми її прояву (мал. 8). Попит і пропозиція формуються в результаті сукупної дії різних умов та чинників, до того ж в кожний момент часу їх співвідношення та сила впливу різні. Це визначає певні вимоги до добору та оцінки дії факторів: обов'язковим є врахування тотальної взаємодії всіх явищ соціально-економічного життя; неприпустимо тенденції розвитку кон'юнктури одного ринку механічно переносити на інший; необхідно забезпечити безперервність та послідовність спостережень за рівнем кон'юнктури з огляду на її постійну мінливість.

Мал. 8. Кон'юнктурна структура.

На кон'юнктуру туристичного ринку суттєво впливає ступінь державного регулювання ринкової діяльності взагалі та туристична політика держави на ринку туристичних послуг, розвиненість ринкових структур та механізмів. Цим визначаються умови конкуренції та бар'єри виходу на ринок, комерційні умови реалізації туристичних послуг та товарів.

Ринкова кон'юнктура характеризується динамікою цін та діловою активністю. Ділову активність ринку можна визначити за чисельністю укладених за певний термін угод. Ціна є барометром товарної кон'юнктури, який відбиває характерні ознаки турпродукту (якість, закладену в змістовних та сервісних характеристиках, характер та частоту попиту тощо).

Залежно від співвідношення попиту та пропозиції розрізняють варіанти низької та високої кон'юнктури.

Стабільна перевага пропозиції над попитом і відповідне падіння цін на турпродукт, скорочення ділової активності характерне в умовах понижувальної кон'юнктури. За умов максимального скорочення ділової активності, низького попиту та пропозиції, що прямують до рівноваги на мінімальному рівні, спостерігається низька кон'юнктура, що відображає перевагу пропозиції над попитом. Таке становище низької кон'юнктури та загострення конкуренції в умовах падіння прибутків підприємств називають "ринком покупця". Тривале переважання низької кон'юнктури ринку є сигналом до економічної кризи. Висока кон'юнктура притаманна ситуації "ринку продавця", для якої характерна зростаюча (підвищувальна кон'юнктура) та стабільна перевага попиту над пропозицією, як наслідок - зростання цін на турпродукт та пожвавлення ділової активності, зростання прибутків підприємств. Стан ринкової рівноваги, коли пропозиція за обсягом, видовою та територіальною структурою відповідає попиту є короткостроковим, ідеальним варіантом. Реальна кон'юнктура є результатом коливань між мінливим попитом та менш динамічною пропозицією.

Розрізняють за характером діяльності кон'юнктуру внутрішнього та зовнішнього ринків. Кон'юнктура внутрішнього ринку характеризує врівноваження внутрішнього попиту та попиту зарубіжного туризму пропозицією індустрії туризму національного ринку туристичних послуг. Кон'юнктура зовнішнього ринку орієнтована на експортно-імпортні механізми ціноутворення. Рівень світових цін на певний продукт визначається експортною ціною основних постачальників даного продукту на світовий ринок та імпортною ціною його провідних покупців, що коригується на міжнародних туристичних ярмарках, виставках, товарних біржах та аукціонах тощо.

Сегментація ринку відповідно до виду, напрямку, характеру та масштабів діяльності, визначення його ємності та кон'юнктури є визначальними позиціями для оцінки конкурентоспроможності певного суб'єкта ринкової діяльності. Конкурентоспроможність туристичного підприємства визначається характером турпродукту, який пропонується та реалізується на ринку і залежить від обраної фірмою ринкової стратегії.