

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

*Хитрова Г. О., Арсененко І.А.*

Туризм як об'єкт управління має низку властивих тільки йому особливостей, які багато в чому зумовлені специфікою галузі. Сукупним наслідком економічної діяльності в туризмі є реальні товари, що виступають у формі туристичного продукту і туристичної послуги.

Життєвий цикл туристичного продукту безпосередньо ґрунтується і багато в чому визначається результатами маркетингового дослідження потреб туристичного ринку і пропозицій основних конкурентів на місцевому ринку.

Одним з головних етапів управління є аналіз життєвого циклу туристичного продукту який здійснюють за допомогою наступних заходів:

- вивчення інформації розвитку продукту на період від 3 до 5 років;
- введення обліку кількості і характеру конкурентів;
- аналіз розвитку короткострокової конкурентної тактики, у тому числі останніх оголошень конкурентів про появу їхніх нових пропозицій або планів щодо збільшення туристських продажів;
- пошук інформації про життєві цикли схожих або споріднених туристських пропозицій;
- планування продажів на наступні періоди;
- оцінка кількості періодів прибутку, повторюваних у життєвому циклі продукту.

Задля забезпечення ефективного управління тривалістю життєвого циклу туристичного продукту необхідно регулярно проводити маркетингові дослідження та використовувати їх як системний підхід в управлінні туристичним підприємством, а також здійснювати якісне планування в системі маркетингу як необхідну умову формування і контролю життєвого циклу туристичного продукту.

### **Список літератури та використаних джерел**

1. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі // Вісник НТУ «ХП». Тематичний випуск: «Технічний прогрес і ефективність виробництва». 2010. № 8
2. Арсененко І.А. Актуальні напрями розвитку конкуренто-спроможного ринку туризму в Україні \ Н.М. Сажнева, І.А. Арсененко // Український географічний журнал. – К., 2012. – №1 (77). – С. 40-43.
3. Балашова Р.І. Особливості впливу змінних і постійних витрат на собівартість туристичного продукту // Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері). 2006. № 10.