



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

**Доц. д-р Тања Ангелкова Петкова, Доц. д-р Дејан Методијески,
Доц. д-р Никола Цуцулески**

ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР - СКРИПТА

Штип, 2016



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

**Доц. д-р Тања Ангелкова Петкова, Доц. д-р Дејан Методијески,
Доц. д-р Никола Цуцулески**

ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР - СКРИПТА



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

Доц. д-р Тања Ангелкова Петкова, Доц. д-р Дејан Методијески, Доц. д-р Никола Цуцулески

ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР - СКРИПТА

Рецензенти:

Проф. д-р Елизабета Митрева
Проф.д-р Нако Ташков
Проф.д-р Никола Димитров

Лектор:

Вангелија Цавкова

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

338.482:339.13(035)

АНГЕЛКОВА Петкова, Тања

Истражување на туристичкиот пазар [Електронски извор] : скрипта /
Тања Ангелкова Петкова, Дејан Методијески, Никола Цуцулески. - Текст
во PDF формат, содржи 146 стр., илустр.. - Штип : Универзитет "Гоце
Делчев", Факултет за туризам и бизнис логистика, 2016

Начин на пристап (URL): <http://js.ugd.edu.mk/>. - Наслов преземен од
екранот. - Опис на изворот на ден 20.09.2016. - Фусноти кон текстот.
- Библиографија: стр. 145-146

ISBN 978-608-244-325-6

1. Методијески, Дејан [автор] 2. Цуцулески, Никола [автор]

а) Туристички пазар - Истражување - Прирачници

COBISS.MK-ID 101691146



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА

**Доц. д-р Тања Ангелкова Петкова, Доц. д-р Дејан Методијески,
Доц. д-р Никола Цуцулески**

ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР - СКРИПТА

Штип, 2016

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР	8
ВОВЕД.....	10
I ТУРИСТИЧКИ ПАЗАР.....	12
1. Суштина на туристичкиот пазар.....	12
2. Критериуми за класификација на туристичкиот пазар.....	14
3. Структура на пазарот и суштина на конкуренцијата.....	17
4. Карактеристики на туристичка побарувачка и понуда.....	23
4.1. Туристичка побарувачка.....	24
4.2. Туристичка понуда.....	26
II СЕГМЕНТАЦИЈА И ДИМЕНЗИИ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР.....	30
1. Поим за сегментација на пазарот.....	30
1.2. Видови сегментација на пазарот.....	31
2. Димензии на туристичкиот пазар.....	35
2.1. Туристичкиот пазар во светот.....	35
2.2. Туристичкиот пазар во Република Македонија.....	38
III ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР.....	43
1. Историски развој на истражувањето на пазарот.....	43
2. Поим за истражување на туристичкиот пазар.....	48
3. Процес на истражување на пазарот.....	50
4. Постапки во процесот на истражување на пазарот.....	50
IV ВИДОВИ ИСТРАЖУВАЊА НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР.....	56
1.1. Експлораторно истражување.....	57
1.2. Дескриптивно истражување.....	61
1.3. Каузално истражување.....	62
V ИЗВОРИ НА ПОДАТОЦИ.....	67
1. Дефинирање на податоците и видови извори на податоци.....	67
1.1. Секундарни извори на податоци.....	68
1.2. Примарни извори на податоци.....	80
1.3. Интернетот како извор на податоци.....	81
VI МЕТОДИ ЗА СОБИРАЊЕ ПОДАТОЦИ.....	83

1. Методи за собирање податоци.....	83
1.1. Метод на набљудување.....	83
1.3. Метод на испитување	88
VII ФОРМИ ЗА СОБИРАЊЕ ПОДАТОЦИ.....	94
1. Анкетен прашалник, содржина и видови	94
VIII ИСТРАЖУВАЊЕ НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ ПАЗАР.....	107
1. Истражување на пазарот во функција на планирање и развој на туристичкиот производ.....	110
2. Истражување на имиџот на туристичката дестинација	116
3. Истражување на пазарот за потребите на угостителството	121
3.1. Методи за истражување на пазарот за потребите на угостителството	125
4. Истражување на пазарот за потребите на сообраќајните претпријатија ..	130
4.1. Методи за истражување на пазарот за потребите на сообраќајните претпријатија	135
5. Истражување на пазарот за потребите на туристичките агенции	135
5.1. Методи за истражување на пазарот за потребите на туристичките агенции.....	138
6. Истражување на пазарот на саемите за туризам	140
Користена литература.....	145
Интернет страни	146

ПРЕДГОВОР

Скриптата е наменета за потребите на студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика за подготвување на испитот по предметот Истражување на туристичкиот пазар. Содржината на скриптата ја опфаќа потребната материја за предавањата по предметот Истражување на туристичкиот пазар, според Наставната програма на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Овој избран предмет се изучува во третиот семестар во втора година, носи четири кредити и има фронт на часови 2+1+1. Скриптата можат да ја користат сите студенти и на останатите факултети каде што се изучува предметот Истражување на туристичкиот пазар, но и останатите стручни кадри кои ја проучуваат оваа проблематика. Скриптата е изготвена со цел да се унапреди наставата по предметот Истражување на туристичкиот пазар и да се подобри квалитетот на знаењето на студентите. Во разработката на скриптата е користена соодветна литература од познати автори и институции од областа на туризмот и угостителството, а во голем дел е базирана на книгата Истражување на туристичкиот пазар од авторот Михајло Будиноски. Скриптата е изработена во осум глави.

Во првата глава е опфатен материјалот кој се однесува на суштината и основните карактеристики на туристичкиот пазар, критериумите за класификација и неговата структура. Исто така, објаснети се карактеристиките на туристичката побарувачка и понуда.

Во втората глава се обработува материјалот поврзан со поделбата и видовите сегментација на пазарот. Во оваа глава се опфатени димензиите на туристичкиот пазар во светот и во Република Македонија.

Во третата глава се разгледува истражувањето на туристичкиот пазар преку: поимот и историскиот развој на истражувањата на пазарот, процесот на истражување на пазарот и постапките во тој процес.

Четвртата глава е посветена на видовите истражувања на туристичкиот пазар со осврт на експлораторното, дескриптивното и каузалното истражување.

Петтата глава го содржи материјалот поврзан со дефинирањето на податоците и видовите извори на податоци. Обработени се примарните и секундарните извори на податоци и Интернетот како извор на податоци.

Во шестата глава се обработуваат методите за собирање на податоци, а имено, Методот на набљудување и Методот на испитување.

Седмата глава е посветена на формите за собирање на податоци, анкетниот прашалник, неговата содржина и видови.

Во последната глава е опфатен материјалот кој се однесува на истражувањето на меѓународниот туристичкиот пазар, како: истражување на

имиџот на туристичката дестинација, истражување на пазарот за потребите на угостителството, сообраќајните претпријатија, туристичките агенции и пазарот на саемите за туризам.

Благодарност и до сите колеги и соработници кои дадоа придонес во обезбедувањето на материјалите кои беа неопходни за комплетирање на содржината на скриптата. Мислењата и забелешките можат да се упатуваат по електронски пат.

Од авторите

Користена литература:

1. „Анкета на климата за развој на туризмот во град Охрид“, Општина Охрид, 2008;
2. „Анкета на странските посетители на граничните премини, 2009“, ДЗС, Скопје, 2010;
3. „Анкета на странските туристи во сместувачките објекти, 2009“, ДЗС, Скопје, 2010;
4. „Капацитети за сместување во угостителството, 2010“, ДЗС, Скопје, 2011;
5. „Патувања на домашното население, 2011“, ДЗС, Скопје, 2012;
6. „Туризам во Република Македонија, 2008-2012“, ДЗС, Скопје, 2013;
7. „Attitudes of Europeans towards tourism“, European Commission, 2013;
8. „UNWTO Tourism Highlights“, 2013 Edition;
9. Casson, M., Lee, J. (2011). „The Origin and Development of Markets: A Business History Perspective“, Business History Review, 85(1), pp 9-37;
10. Churchill, G., Iacobucci, D. (2009). „Marketing Research: Methodological Foundations“, South-Western Cengage learning;
11. Kotler, P. et al. (2004). „Principles of Marketing“, Pearson Education, Limited;
12. Kumar, J.L. (2005). „The encyclopedia of tourism in 21st century“, Anmol Publications PVT.Ltd., New Delhi;
13. Rutherford, D. (2005). „Routledge Dictionary of Economics“, Routledge, London and New York;
14. Unković, S., Zecević, B. (2006). „Ekonomika turizma“, Ekonomski fakultet, Beograd;
15. Ацковска, М. (2009). „Туризмот и економскиот развој на Република Македонија“, УКИМ, ЕИ, Скопје;
16. Ацковски, Н., Ацковска, М. (2003). „Економика и организација на угостителството“, ФТУ, Охрид;
17. Будиноски, М. (2010). „Истражување на туристичкиот пазар“, УТМ, Скопје;
18. Бунташески, Б., Аврамоски, М. (2008). „Вонпансионската понуда и потрошувачка во езерските туристички места во Македонија“, ФТУ, Охрид;
19. Воденска, М. (2005). „Основи на туризмот“, Матком;
20. Јаковски, Б., Блажеска, Д. (2009). „Маркетинг менаџмент во туризмот и угостителството“, Европски Универзитет, Скопје;
21. Котлер, Ф., Бовен, Џ., Макенс, Џ. (2009). „Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот“, Дата Понс;
22. Миладиноски, С., Миладиноски, С. (2010). „Маркетинг во туризмот“, УТМ, Скопје;
23. Муќиновиќ, Љ. (1990). „Современ лексикон на странски зборови и изрази“, Наша книга, Скопје;
24. Панов, Н. (2006). „Основи на туризмот“, Скопје;
25. Пеливанов, Т. (2004). „Методологија на правните и политичките истражувања“, УКИМ, Скопје;
26. Славејков, П., Найденов, К. (2009). „Икономика на туризмот“, СУ, Софија.

Интернет страни:

<http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/>
<http://provalisresearch.com/products/qualitative-data-analysis-software/>
http://www.qsrinternational.com/products_nvivo.aspx
<http://www2.unwto.org/>
<http://www.marketingpower.com>
http://themarketingfoundation.org/parlin_award_2012.html
<http://zk.com.mk/>
<http://www.gfk.com.mk/>
<http://www.oecd.org/>
<http://www.wttc.org/>
<http://www.stat.gov.mk/>
<http://www.messe-berlin.de/en/>
<http://www.wtmlondon.com/>
<http://www.sajam.co.rs/>