



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

КУРСОВА РАБОТА

по Туристически пазари

на тема:

*Анализ и оценка на Австралия като рецептивен
туристически пазар*

Изготвил:

Проверил:

Проф.Д-р Св.Ракаджийска

Варна, 2013

У В О Д

Дори във времена на спадаща заетост на труда и стагнация, Австралийското правителство определя туризма като важно средство за подобряване на икономическото състояние. И все пак турзма не е панацея, тъй като не всички райони от Австралия притежават необходимите ресурси за развитието му. Въпреки бързия темп на развитие на туризма в континентата-държава, все още остава въпроса за неговото доразвиване и оптимизиране, както и този за постигането на необходимото качество на услуги.

В следващите страници на курсовата работа съм направила анализ на настоящето състояние на туристическия пазар по зададените показатели и смятам, че изводите, до които съм достигнала, напълно съответстват на тезата, че туризмът за Австралия има голяма значение за нейното развитие като цяло. Като все още развиващ се туристически пазар Австралия трябва да насочи усилията си към по-добра реклама и по-голямо продуктово разнообразие, за да може да привлече повече туристи от цял свят и да бъде конкурентноспособна в световен мащаб. Голямата териториална отдалеченост на континента-държава от Европа е все още проблем, поради който по-голямата част от европейските туристи не избират Австралия като дестинация. Единствено туристопотокът от Великобритания формира голяма част от посещенията, но делът на останалите страни е незначителен.

Изборът на точно този туристически пазар е изцяло продиктуван от факта, че за нашия континент тази дестинация все още не е придобила популярност сред потребителите на туристически услуги. Другият основен мотив за избор е екзотичността и уникалността на Австралия, особено за българския турист.

А Н А Л И З

1. Туристически пътувания по цел на посещение

Цел на посещение на Австралия 2007г.

Цел	Посещения	Годишно изменение (%)	Дял от всички пристигания
почивка	2,826,800	-2.1	50.1
посещение на близки и приятели	1,179,700	4.8	20.9
Бизнес конференции/ конгреси	650,500	5.7	11.5
образование	187,900	9.9	3.3
работа	300,900	9.2	5.3
други причини	169,500	9.1	3.0
Общо	329,100	8.9	5.8
	5,644,000	2.0	100.0

През 2007 около половината (50.7%) от всички посещения в Австралия са с цел почивка. Следващи по размер са тези с цел посещение на близки и приятели – 20.9%. Приблизително 14.9% са пътували по бизнес или за да посетят конференции и конгреси. Наблюдава се тенденция към увеличаване на дела на бизнес пътуванията, като пътуванията с цел почивка отбелязват малък спад. Въпреки това последните пътувания заемат половината от осъществените такива като цяло, което говори, че все още потребителите залагат на традиционния рекреационен туризъм. Като рецептивен туристически пазар предлагането на бизнес туризъм и провеждане на конференции и конгреси все повече се разширява и развива, което е продиктувано от съответното търсене и това се вижда в положителното му изменение спрямо предходната година. Значително е и изменението на пътуванията с цел образование, което свидетелства за добре развита и модернизирани образователна система на Австралия, което е плюс за привличане на млади и образовани туристи.

2. Вид на използваното транспортно средство

Поради географското разположение на Австралия масово използвано превозно средство за осъществяване на пътуване е самолета. Страната има много добре развита летищна мрежа, като броят на летищата е 448, а най-натоварени, както и в осъществяване на туристически превози, са тези в Сидни, Мелбърн и Бризбейн. Много малък е дялът на пътуванията с воден транспорт и най-често се осъществяват от посетителите от Нова Зеландия, като в по-голямата част от случаите- това са круизните пътувания.

Относно транспорта, който турситите използват вътре в страната за осъществяване на пътувания до различни дестинации през 2007г. се наблюдават следните тенденции: 63% от чуждестранните туристи използват вътрешната самолетна мрежа; 23% собствен автомобил или автомобил, предоставен от компанията за която