

СПЕЦИФИЧНИ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИ ЗА ВЛЕЗ И НАСТАП НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ ПАЗАР

АПСТРАКТ

Тематската преокупација на овој докторски труд се специфичните маркетинг стратегии кои им стојат на располагање на македонските туристички претпријатија, при нивен влез и настап на меѓународните туристички пазари. Во овој контекст, трудот треба да биде синтеза на две тематски подрачја - маркетинг истражувањата на меѓународниот туристички пазар и формирањето на меѓународна маркетинг стратегија, како значајна детерминанта за адекватна интернационализација на работењето на туристичките претпријатија.

Со оглед на проблемите со кои се судрува македонското туристичко стопанство, вака конципираната тема содржи висок степен на актуелност и бидејќи е сериозен пристап при нејзината разработка, а воедно и сериозност при конкретната примена во практиката на добиените теориски сознанија.

Од мноштвото аспекти, во дисертацијата се посветува посебно внимание на оние истражувачки техники и постапки кои се применливи од страна на нашите туристички претпријатија. Воедно, разгледувани се и само оние маркетинг стратегии кои одговараат на можностите на македонското туристичко стопанство и со кои тоа успешно би можело да се позиционира на избраните целни пазари.

Оптималното користење на сопствените ресурси и адекватното прилагодување кон меѓународната маркетинг околина се двата основни предуслови за практична реализација на конструираната маркетинг стратегија. Тие предуслови придонесуваат и за постигнување на посакуваната конкурентност на македонските туристички претпријатија на меѓународниот туристички пазар, а со тоа и остварување на нивните развојни цели.

Клучни зборови:

- меѓународен туристички пазар,
- меѓународно маркетинг опкружување,
- маркетинг истражувања,
- интернационализација,
- глобализација,
- конкуренција,
- маркетинг стратегија.

SPECIFIC MARKETING STRATEGIES FOR ENTRY AND IMPLEMENTATION ON INTERNATIONAL TOURISM MARKET

ABSTRACT

The subject of this PhD thesis emphasis on specific marketing strategies which are responsible to Macedonian tourist enterprises, while they are making effort to entry on international tourist market. In this context, this thesis ought to be synthesis of two generally connected theoretical areas – marketing research of international tourism market and formulating of international marketing strategy. Those two topics present very important determinant for adequate internationalisation of Macedonian tourism industry.

Regarding the problems facing Macedonian tourism industry, a high degree of actuality is the main characteristic of this topic. Also, a very serious approach is recommended during its elaboration as well as during practical implementation of theoretically achieved findings and conclusions.

Between the various aspects, in this thesis, deeper attention is given to those researching techniques and activities whose are applicable in the process of tourism market researching and in the same time is common for our tourist enterprises. Also, only those marketing strategies whose are compatible to the tourist enterprises' opportunities and potentials are taken in consideration. These strategies would be guaranty for successful positioning of Macedonian tourism industry toward target markets or market segments.

Both optimal using of own resources and adequate adaptation to international marketing environment are two basic preconditions for practical realisation and implementation of planned marketing strategy. These, previous mentioned preconditions have an influence for achieving of the aimed competitive position of Macedonian tourist enterprises, and in the same time have an influence in the realisation of their developing objectives.

Key words:

- international tourism market,
- international marketing environment,
- marketing research,
- internationalization,
- globalization,
- competition,
- marketing strategy.