

ТЕМА 14 РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ТА БІЗНЕС ПОСЛУГ



Мета: засвоєння ключових аспектів функціонування ринку туристичних і бізнес-послуг; набуття уявлення про динаміку розвитку туризму, особливості торгівлі туристичними послугами, структуру туристичного ринку та його сегменти; усвідомлення ролі бізнес-послуг, зокрема лізингу, інжинірингу, консультаційних послуг, франчайзингу та їх впливу на світову економіку.

Основні поняття: ринок туристичних послуг, туристичні потоки, туристичні фірми, транспортне обслуговування туризму, сегменти туристичного ринку, ліцензійна торгівля, лізинг, хайринг, інжинірингові та консультаційні послуги, ринок франчайзингу.

План

- 1 Особливості торгівлі туристськими послугами.
- 2 Характеристика сегментів туристичного ринку: пізнавального, рекреаційного, ділового, релігійного, екологічного тощо.
- 3 Торгівля ліцензіями, патентами, «ноу-хау».
- 4 Ринок інжинірингових та консультаційних послуг.

1 Особливості торгівлі туристськими послугами

Торгівля туристичними послугами є важливою частиною світової економіки, адже вона об'єднує різні аспекти туризму, такі як організація подорожей, екскурсій, проживання, транспортних послуг та інші. Оскільки туристичні послуги мають певні особливості, важливо враховувати специфіку їх продажу, що включає різноманітні аспекти, такі як сезонність попиту, індивідуалізація послуг та правові вимоги.



Рисунок 14.1 – Особливості торгівлі туристичними послугами

Однією з основних особливостей торгівлі туристичними послугами є сезонність попиту. Цей сектор активно залежить від певних сезонів, свят та кліматичних умов. Наприклад, більшість людей вибираються для відпочинку влітку або під час зимових канікул. З огляду на це туристичні компанії повинні бути готовими до пікових періодів високого попиту, коли вартість послуг може значно зростати. Водночас низький сезон супроводжується меншою кількістю відвідувачів і зниженням цін.

Туристичні послуги часто надаються з високим рівнем індивідуалізації. Клієнти можуть вибирати серед численних варіантів – від групових турів до індивідуальних екскурсій, що можуть бути адаптовані відповідно до їхніх вподобань. Особливою популярністю користуються спеціалізовані тури, як-от медичні, культурні, екологічні, оздоровчі, що враховують інтереси та потреби конкретних груп населення. Індивідуальність підходу є важливим фактором для задоволення вимог клієнтів.

Важливою особливістю торгівлі туристичними послугами є велика увага до репутації компанії та відгуків від попередніх клієнтів. Оскільки подорожі – це великий емоційний досвід, люди часто перед прийняттям рішення з острахом звертаються до відгуків інших мандрівників. Онлайн-платформи та сайти для пошуку туристичних послуг, такі як TripAdvisor або Booking.com, активно впливають на популярність туристичних послуг, допомагаючи компаніям формувати репутацію в Інтернеті.

Торгівля туристичними послугами також повинна відповідати певним правовим вимогам. Багато країн мають специфічне законодавство, яке регулює діяльність туроператорів і агентів, страховки для туристів, права клієнтів і забезпечення якості послуг. Для захисту своїх інтересів туристи можуть придбати страхові поліси, які покривають непередбачувані обставини, такі як скасування рейсів чи медичні витрати. Правова база надає також гарантії при поверненні коштів у випадку зміни умов подорожі чи порушення угоди з постачальниками послуг.

Туристичні послуги значною мірою продаються через інтернет, що є однією з ключових характеристик сучасного ринку. Завдяки розвитку онлайн-ресурсів, більшість туристів роблять пошук і бронювання послуг через вебсайти та мобільні додатки. Онлайн-платформи допомагають спростити процес вибору турів, порівняння варіантів, покупок квитків та резервування житла. Це дозволяє туристам знайти найбільш вигідні варіанти на підставі відгуків інших користувачів та інформації про актуальні знижки.

Торгівля туристичними послугами має свої характерні особливості, зокрема високий рівень сезонності попиту, значну роль індивідуалізації послуг, важливість репутації компанії та врахування правових аспектів. В умовах розвитку технологій Інтернет-торгівля та онлайн-бронювання набирають популярності, що робить процес продажу туристичних послуг зручним і доступним для клієнтів у будь-який час. Таким чином, для успішного ведення бізнесу в цій сфері необхідно бути готовими адаптуватися до швидких змін у попиті, технологічних тенденціях і потребах клієнтів.

2 Характеристика сегментів туристичного ринку: пізнавального, рекреаційного, ділового, релігійного, екологічного тощо

Туристичний ринок є багатограним і включає різні сегменти, які відображають різноманітні мотиви та потреби людей, що вирушають у подорожі. Кожен сегмент характеризується особливими цілями, уподобаннями та видами активності.

Розуміння цих сегментів допомагає туристичним підприємствам краще орієнтувати свої послуги, враховуючи вимоги споживачів. Окрім того, воно сприяє розвитку окремих напрямків туризму, які зростають у популярності, таких як екологічний та релігійний туризм, що сьогодні набирають все більшої актуальності. В таблиці розглядаються основні типи туристичних сегментів, їх характеристики та значення на сучасному туристичному ринку.

Туристичний ринок є складним і динамічним. Сегменти, такі як пізнавальний, реакційний, діловий, релігійний та екологічний туризм, демонструють різноманітні потреби і переваги туристів. Кожен з цих сегментів має свій неповторний характер, що дозволяє підприємствам пропонувати спеціалізовані послуги для кожної категорії подорожуючих.

Таблиця 14.1 – Сегменти туристичного ринку та їх характеристики

Сегмент	Мотиви	Характеристика	Цілі
Пізнавальний туризм	Бажання дізнатися більше про історію, культуру	Відвідування музеїв, археологічних пам'яток, культурних об'єктів	Навчання, відпочинок, вивчення історії
Реакційний туризм	Прагнення змінити обстановку, пережити нові емоції	Участь у екстремальних видах туризму, активний відпочинок	Пошук нових переживань, відпочинок
Діловий туризм	Участь у професійних подіях	Бізнес-зустрічі, конференції, семінари, тренінги	Професійна діяльність, встановлення контактів
Релігійний туризм	Бажання побувати на святих місцях, виконати обряди	Паломництво, релігійні святкування, фестивалі	Духовні переживання, виконання релігійних обов'язків
Екологічний туризм	Збереження природи та сталий розвиток	Відвідування природних територій, національних парків	Пізнання природи, збереження екосистем

Важливим є також стале використання природних ресурсів, особливо в екологічному туризмі, що забезпечує довгострокове збереження природи для наступних поколінь. Розуміння цих сегментів та адаптація до змінних умов сучасного ринку є необхідною умовою для ефективного розвитку туристичних компаній та задоволення попиту споживачів.

3 Торгівля ліцензіями, патентами, «ноу-хау»

Торгівля ліцензіями, патентами та ноу-хау є важливою складовою ринку інтелектуальної власності, що надає можливість для обміну технологічними та науковими розробками, інноваціями та унікальними знаннями. Це дозволяє організаціям і окремим винахідникам обмінюватися своїми досягненнями з метою отримання вигоди і розвитку. Під цим терміном розуміють процеси, що забезпечують можливість комерційного використання інтелектуальних активів іншими учасниками ринку за умови ліцензування, продажу чи передачі технологій.

Ліцензія – це юридична угода, що надає одному з учасників ринку (ліцензіату) право на використання інтелектуальної власності іншого (ліцензіара) відповідно до певних умов, визначених у договорі. Це може бути право на використання винаходу, торгової марки, програмного забезпечення тощо. Ліцензія надається за умов оплати за використання інтелектуальної власності протягом визначеного часу та на певних територіях. Зі свого боку, власник прав на інтелектуальну власність може продати або передати це право іншому суб'єкту, зазвичай, отримуючи фінансову вигоду.

Патент є документом, який підтверджує права на винахід, що має новизну, промислову застосовність і є відмінним від відомих рішень у даній галузі. Патент дає право власнику на ексклюзивне використання цієї розробки, а також може стати основою для ліцензування або продажу прав на цей винахід.

Ноу-хау – це зібрання знань, досвіду, практичних навичок або унікальних технологій, які зберігаються в секреті та не розголошуються публічно. Ноу-хау може включати технологічні процеси, методи управління або особливі бізнес-рішення, що приносять комерційну вигоду.

Ринок торгівлі ліцензіями, патентами та ноу-хау включає різні форми угод. Однією з них є прямий продаж патентів та ліцензій, коли інтелектуальне майно переходить у власність іншого суб'єкта. Іншою поширеною формою є ліцензування – передача права користуватися об'єктом інтелектуальної власності без передачі власності.

Передача технологій або ноу-хау може включати угоди, що містять консультації, навчання та практичну допомогу для впровадження нових технологій. Торгівля ліцензіями надає багато переваг, зокрема можливість розширити ринки збуту, збільшити доходи від вже існуючих розробок та підвищити інноваційну активність. Це дає змогу використовувати чужі технології для створення нових продуктів та послуг, що підвищує конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Однак, цей процес має свої ризики. Необхідно ретельно підходити до вибору партнерів та до юридичного оформлення угод, щоб уникнути судових спорів. Важливо також забезпечити належний захист інформації, оскільки передача технологій і ноу-хау містить певну загрозу їх витоку.

Для успішної торгівлі ліцензіями та патентами, а також для ефективного використання ноу-хау, необхідно застосовувати комплексний підхід, що включає ретельний юридичний супровід угод, а також стратегічне планування і зважене оцінювання потенційних партнерів на ринку інтелектуальної власності.

4 Ринок інжинірингових та консультаційних послуг

Ринок інжинірингових та консультаційних послуг є важливою складовою сучасної економіки, який обслуговує різноманітні галузі, такі як промисловість, будівництво, інформаційні технології, енергетику, фінанси та інші. Цей сектор

об'єднує фахівців, які надають послуги з розробки технологічних рішень, проектування, управління проектами та консультування для вирішення технічних і управлінських завдань.

Інжинірингові послуги охоплюють різноманітну діяльність, починаючи від розробки та впровадження нових технологій, проектування та будівництва, і закінчуючи технічним супроводом і управлінням проектами. Інженери працюють над оптимізацією технологічних процесів, підвищенням якості та безпеки продукції, а також зниженням витрат. Завдяки високому рівню технічних знань та інновацій, інжинірингові компанії дозволяють підвищити ефективність і конкурентоспроможність підприємств.

Консультаційні послуги, в свою чергу, включають надання професійної допомоги з управлінських, юридичних, фінансових, маркетингових питань, а також стратегічного планування. Консультанти допомагають компаніям вдосконалити бізнес-процеси, оптимізувати організаційну структуру, впроваджувати нові методи і стандарти роботи, а також аналізувати ринок і конкурентів для прийняття обґрунтованих рішень.

Ринок інжинірингових та консультаційних послуг вирізняється високою спеціалізацією та необхідністю інновацій. Клієнти часто звертаються до цих послуг для отримання індивідуальних рішень, що відповідають їхнім вимогам і бюджету. Існує низка тенденцій, які визначають розвиток цього ринку.

1) Основними трендами цього ринку є:

1) Інтеграція новітніх технологій, таких як штучний інтелект, Big Data та автоматизація, що сприяє значному підвищенню ефективності.

2) Глобалізація послуг, коли інжинірингові та консультаційні компанії розширюють своє обслуговування на міжнародний ринок.

3) Екологічна стійкість і сталий розвиток, коли компанії шукають екологічно чисті та економічно ефективні рішення.

Ринок інжинірингових та консультаційних послуг займає важливе місце в економіці, сприяючи технологічному прогресу та підвищенню ефективності бізнесу.

Спеціалізовані інжинірингові компанії та консультанти дозволяють оптимізувати робочі процеси, впроваджувати інновації та покращувати управлінські стратегії. Оскільки ринок постійно змінюється через глобалізацію та нові технології, для успіху в цій галузі компаніям необхідно бути готовими до швидкої адаптації та впровадження новаторських рішень, що відповідають потребам клієнтів і ринку в цілому.