**Тема № 1**

**«Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора»**

**Завдання 1**

**Засвоюємо терміни та поняття**

**Туроперейтинг** ‒ це діяльність з розробки, формування та реалізації комплексних туристичних продуктів, що включають різні послуги (транспорт, проживання, екскурсії тощо). Туроператори займаються організацією та координацією цих послуг для туристів.

**Туристичний продукт** ‒ це комплекс послуг, що включає перевезення, проживання, харчування, екскурсії та інші послуги, які надаються туристам під час подорожі. Туроператор формує цей продукт і продає його кінцевим споживачам або агентствам.

**Туроператор** ‒ це компанія, яка займається розробкою та реалізацією туристичних продуктів. Туроператор організовує весь процес подорожі, включаючи бронювання послуг, логістику та забезпечення безпеки туристів.

**Туристична діяльність** ‒ це сукупність заходів, що здійснюються з метою надання туристичних послуг, зокрема організація турів, бронювання готелів, транспортних засобів, надання екскурсійних послуг тощо. Туроператори займають ключову роль у цій діяльності.

**Агентська діяльність** ‒ це вид туристичної діяльності, де агенти виступають посередниками між туристами та туроператорами. Туристичні агенти продають тури, розроблені туроператорами, отримуючи комісію за свої послуги.

**Завдання 2**

**Опрацьовуємо основний теоретичний матеріал**

Туроперейтинг є важливим елементом туристичної індустрії, що включає комплексну організацію подорожей для туристів. Основним завданням туроператора є створення туристичного продукту, який складається з різних послуг, таких як перевезення, проживання, харчування, екскурсії та інші додаткові послуги. Туроператор бере на себе відповідальність за всі етапи організації подорожі, забезпечуючи координацію між різними постачальниками послуг, такими як готелі, транспортні компанії та екскурсійні бюро.

Види діяльності туроператора можуть варіюватися залежно від його спеціалізації. Зазвичай виділяють три основні категорії туроператорів: «внутрішні», які організовують подорожі в межах однієї країни, «вихідні», що займаються організацією турів за кордон для громадян своєї країни, та «вхідні», які спеціалізуються на прийомі іноземних туристів у своїй країні. Кожен з цих видів діяльності має свої особливості та потребує різного підходу до організації турів.

Основна мета туроператора полягає в тому, щоб забезпечити максимальний комфорт і безпеку туристів, пропонуючи при цьому конкурентоспроможні ціни. Туроператори також зобов’язані забезпечити страхування туристів, юридичну підтримку та гарантувати відповідність наданих послуг заявленим стандартам. Таким чином, успішний туроперейтинг потребує високого рівня планування, організації та співпраці з різними партнерами.

Туроператори також повинні враховувати зміни в ринкових умовах, законодавстві та споживчих уподобаннях. Зокрема, розвиток інформаційних технологій вплинув на туроперейтинг, змінюючи способи взаємодії з клієнтами та постачальниками послуг. У сучасних умовах туроператори повинні бути гнучкими, постійно адаптуючи свої послуги до нових вимог ринку.

**Завдання 3**

**Закріплюємо вивчене**

1. Що таке туроперейтинг, і яка основна роль туроператора в туристичній індустрії?
2. Які існують види туроператорів, і чим вони відрізняються за своєю діяльністю?
3. Що включає в себе туристичний продукт, розроблений туроператором?
4. Які ключові елементи організації подорожей туроператором, і як вони впливають на якість туристичних послуг?
5. Чим відрізняється діяльність туристичних агентів від діяльності туроператорів?

**Завдання 5**

**Розв’язуємо ситуаційну задачу**

Ви – менеджер туроператора, який спеціалізується на організації внутрішніх і вихідних турів. До вас звернувся клієнт з проханням організувати туристичну подорож для групи з 15 осіб. Вони хочуть провести тиждень у Карпатах із проживанням у готелі середнього класу, екскурсіями та активними розвагами, такими як пішохідні маршрути та рафтинг. Клієнт також просить, щоб у тур були включені всі транспортні витрати від їхнього міста до місця відпочинку і назад.

**Ваше завдання**:

1. Розробіть туристичний продукт, який задовольнить запити клієнта.

2. Визначте, які саме послуги потрібно включити до пакету (транспорт, проживання, харчування, екскурсії, страхування тощо).

3. Зробіть попередній розрахунок вартості туру, враховуючи витрати на послуги.

4. Підготуйте варіанти на випадок, якщо погода в Карпатах буде несприятливою для активних розваг, таких як рафтинг.

**Питання для обговорення:**

‒ Які постачальники послуг вам необхідні для реалізації цього туру, і як ви будете координувати їхню роботу?

‒ Як ви гарантуєте, що туристичний продукт відповідає вимогам безпеки та якості?

‒ Які додаткові послуги ви могли б запропонувати клієнтам, щоб зробити тур привабливішим?