**Тема №2**

**«Туроператор як суб'єкт туристичного ринку»**

**Завдання 1**

**Засвоюємо терміни та поняття**

**Туристичний ринок** ‒ це економічна сфера, де взаємодіють споживачі туристичних послуг (туристи) і постачальники цих послуг (туроператори, туристичні агенти, готелі тощо). Туристичний ринок охоплює всі види діяльності, пов'язані з плануванням, реалізацією і споживанням туристичних продуктів.

**Туроператор** ‒ це ключовий суб'єкт туристичного ринку, що займається розробкою, комплектацією і продажем туристичних продуктів. Туроператор виступає в ролі посередника між різними постачальниками послуг (готелями, авіакомпаніями, екскурсійними бюро) та туристами.

**Туристичний пакет** ‒ це сукупність послуг, що надаються туроператором у рамках одного туристичного продукту. Він зазвичай включає транспорт, проживання, харчування, екскурсії та інші додаткові послуги. Туристичний пакет є основним продуктом, який пропонується на туристичному ринку.

**Туристична дистрибуція** ‒ це процес поширення туристичних продуктів від туроператорів до кінцевих споживачів (туристів). Туристична дистрибуція здійснюється через туристичних агентів, онлайн‒платформи або безпосередньо туроператорами через власні канали продажу.

**Завдання 2**

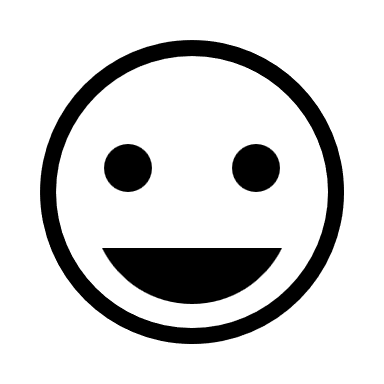
**Опрацьовуємо основний теоретичний матеріал**

Туроператор є ключовим суб'єктом туристичного ринку, який займається розробкою, організацією та продажем комплексних туристичних продуктів. Він координує роботу з різними постачальниками послуг, такими як готелі, транспортні компанії, екскурсійні бюро, та об'єднує ці послуги в єдиний туристичний пакет. Туроператор не тільки формує туристичний продукт, але й відповідає за його якість, безпеку та відповідність очікуванням туристів.

Туристичний ринок функціонує завдяки взаємодії різних суб'єктів, серед яких туроператори відіграють центральну роль. Вони забезпечують дистрибуцію туристичних продуктів через різні канали, включаючи туристичних агентів та онлайн‒платформи. Туроператори часто займаються дослідженням ринку, щоб пропонувати актуальні та популярні маршрути, а також забезпечувати гнучкість і адаптацію до мінливих потреб туристів.

Основне завдання туроператора полягає у забезпеченні туристів повним спектром послуг, починаючи від бронювання квитків і закінчуючи організацією дозвілля на місці. Для цього туроператор веде переговори з постачальниками послуг, здійснює попереднє планування та контролює виконання всіх складових туристичного продукту. В умовах конкурентного ринку успішний туроператор повинен бути гнучким і постійно вдосконалювати свої пропозиції, враховуючи зміни в уподобаннях споживачів і нові тенденції в туризмі.

**Завдання 3**

**Закріплюємо вивчене**

1. Які основні функції виконує туроператор у процесі формування туристичного продукту?

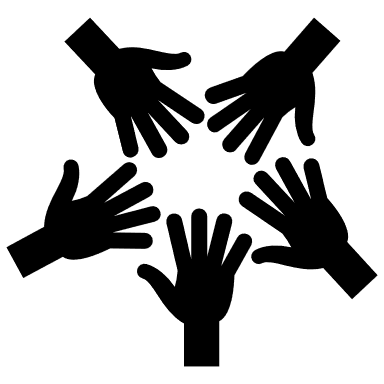
2. Яка роль туроператора у взаємодії з постачальниками туристичних послуг (готелями, авіакомпаніями тощо)?

3. Як законодавство регулює діяльність туроператорів і які вимоги ставляться до їхньої ліцензії?

4. Які виклики сьогодні постають перед туроператорами у зв'язку з розвитком онлайн-платформ та самостійного туризму?

5. Як туроператори впливають на формування попиту та пропозиції на

**Завдання 5**

**Розв’язуємо ситуаційну задачу. Варіант 1**

Ви працюєте менеджером у великій туроператорській компанії, яка спеціалізується на організації туристичних пакетів до європейських країн. До вас звернувся клієнт – невелика компанія, яка хоче організувати корпоративну поїздку для своїх працівників до Іспанії. Клієнт просить забезпечити проживання в готелі на узбережжі, транспорт, екскурсії до основних визначних пам'яток, а також декілька заходів для тімбілдингу.

**Ваше завдання:**

1. Розробіть туристичний пакет, який включає всі необхідні послуги. Врахуйте, що клієнт хоче отримати якісні послуги, але при цьому не перевищити свій бюджет.

2. Підберіть відповідних постачальників послуг. Вам необхідно домовитися з готелями, транспортними компаніями, екскурсоводами та іншими партнерами, які забезпечать успішне виконання програми.

3. Складіть графік поїздки, враховуючи час на переліт, трансфери, екскурсії та вільний час для працівників компанії. У графіку також повинні бути враховані всі заходи для тімбілдингу.

4. Розробіть стратегію резервування послуг і можливі варіанти дій у разі непередбачених обставин, наприклад, затримки рейсу або несприятливих погодних умов.

**Питання для обговорення**:

‒ Як ви гарантуєте якість послуг, які надаються в рамках туристичного пакета?

‒ Як ви будете підтримувати зв'язок з клієнтом на всіх етапах організації поїздки?

‒ Які додаткові послуги ви могли б запропонувати клієнту, щоб зробити поїздку більш привабливою?

**Ситуаційна задача. Варіант 2**

Ви є власником невеликої туристичної компанії, яка працює як туроператор на ринку внутрішнього туризму. Останнім часом ви помітили зростання попиту на індивідуальні тури для невеликих груп туристів, які бажають відвідати менш популярні, але мальовничі місця в Україні. Один із ваших клієнтів, група з 10 осіб, хоче організувати тур до Карпат на 5 днів. Вони цікавляться не лише класичними туристичними маршрутами, але й хочуть відвідати місцеві села, спробувати національну кухню та взяти участь у майстер-класах з традиційних ремесел.

**Ваше завдання:**

1. Розробіть туристичний пакет, який включатиме проживання, харчування, транспорт, екскурсії та розважальні програми для цієї групи.

2. Оберіть постачальників послуг, з якими ви будете співпрацювати (готелі, транспортні компанії, місцеві гіди, майстри тощо).

3. Складіть попередній кошторис вартості туру, враховуючи всі витрати та бажання клієнтів.

4. Підготуйте запасний варіант маршруту на випадок несприятливих погодних умов або інших непередбачених обставин.

**Питання для обговорення:**

‒ Як ви будете вибирати партнерів-постачальників послуг, щоб забезпечити високу якість і доступні ціни?

‒ Які заходи ви вживете для забезпечення безпеки групи під час перебування в Карпатах?

‒ Як ви будете рекламувати цей туристичний продукт, щоб залучити більше клієнтів у майбутньому?