

РОЛЬ ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ТУРАГЕНТІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

БОЧКОВСЬКА Дар'я,

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності «Туризм та рекреація»,
Поліський національний університет, м. Житомир*

ТИЩЕНКО Світлана,

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,
Поліський національний університет, м. Житомир*

Туристські організації відіграють ключову роль у туристичній індустрії, забезпечуючи організацію подорожей, координацію послуг та створення готових туристичних продуктів. Вони виступають посередниками між туристами та постачальниками послуг, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії та екскурсійні бюро. Завдяки туристським організаціям подорожі стають більш доступними, безпечними та комфортними, оскільки вони беруть на себе всі організаційні питання, включаючи логістику, бронювання, страхування та перевезення. В умовах зростаючої конкуренції та цифровізації туристичного бізнесу туристські організації змушені адаптувати свої стратегії, використовуючи сучасні технології, онлайн-бронювання та персоналізовані пропозиції для клієнтів.

Сучасний туристичний ринок переживає значні зміни, зумовлені технологічним прогресом, зміною споживчих уподобань та глобальними викликами, такими як пандемії та економічні кризи. Туристи все частіше шукають унікальні подорожі, віддаючи перевагу екологічному, гастрономічному та екстремальному туризму, що змушує туроператорів та тур агентів розширювати свій спектр послуг. Крім того, зростає попит на сталий туризм, що стимулює компанії впроваджувати екологічно відповідальні практики. В таких умовах туристські організації мають не лише продавати тури, а й створювати додаткову цінність для клієнтів, формуючи нові тренди та забезпечуючи високий рівень сервісу.

Терміни «туроператор» та «тур агент» визначають напрямок підприємницької діяльності туристичної фірми або компанії.

Туристський продукт формується з послуг підприємств, причетних до обслуговування людей на відпочинку та подорожі. Це транспортні фірми та компанії, готелі, ресторани, кафе, екскурсійні фірми, музеї та виставки, парки атракціонів, дозвілля-розважальні підприємства, шоу-, кіно-, відео-бізнес, азартні заходи та заклади, спортивні та курортні організації. Словом, усі ті, хто може надати потрібні послуги.

Комплектацією туристичного продукту, тобто формуванням набору послуг під назвою «тур», займаються туроператори. Туроператор (у деяких країнах його називають турорганізатором) виробляє диференційовані туристські продукти зі складових послуг відповідно до потреб та побажань клієнтів.

Турагент реалізує туристичний продукт клієнту у вигляді комплексів (інклюзив-тури) або у вигляді вільного набору послуг (замовні тури).

Туроператор – це організація, що займається комплектацією турів та формуванням комплексу послуг для туристів. Туроператор розробляє туристські маршрути, насичує їх послугами за допомогою взаємодії з постачальниками послуг, забезпечує функціонування турів та надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання за своїми турами, розраховує ціни на тури, передає тури тур агенту для їхньої подальшої реалізації туристам.

Тур агент – це організація-посередник, що займається продажем сформованих туроператором турів. Тур агент купує тури у туроператора та реалізує їх споживачеві. Турагент додає до туру, що купується, проїзд туристів від місця їх проживання до першого за маршрутом пункту розміщення, від останнього на маршруті пункту розміщення і назад [1; 2].

Головною ринковою роллю цих організацій є поєднання постачальників послуг із клієнтами-туристами, часом сильно роз'єднаних як у часі, так і територіально. Це специфічний туристичний вид бізнесу. Тут важливим є правильний вибір постачальників послуг, заснований на професійних знаннях туристичного ринку, бізнесу, особливостей та важелів його розвитку та управління.

Виділяють наступні функції туристських організацій [3].

Комплектуюча функція – це комплектація туру з окремих послуг – для рецептивного туроператора; комплектація комбінованих турів із турів рецептивних – для ініціативного туроператора; комплектація пакетів турів з транспортними та іншими видами послуг – для тур агента.

Сервісна функція – це обслуговування туристів на маршрутах, обслуговування туристів в офісі під час продажу пакетів турів.

Гарантійна функція – це надання туристам гарантій щодо заздалегідь оплачених туристичних послуг в обумовленій кількості та на обумовленому рівні. Відповідно до міжнародного та вітчизняного законодавства перед туристом несе повну відповідальність за обслуговування та організація, яка сформувала та продала йому пакет послуг, незалежно від того, сама вона надає ці послуги або третя особа (постачальник послуг).

Зазвичай туроператор – це більша компанія, ніж тур агент, що має головний тур операторський офіс та кілька філій – агентську мережу. Багато великих туроператорів мають агентські мережі по всьому світу.

При цьому, незалежно від наявності власної агентської мережі, туроператор укладає угоди з незалежними турагентствами на продаж своїх турів. Чим більше у туроператора партнерів-тур агентів, чим у більшій кількості країн і регіонів вони розташовані, тим ширші обсяги продажів і відповідно більше туристів та вищий прибуток.

Підсумовуючи проведене дослідження варто відмітити те, що туроператори є ключовими учасниками туристичного ринку, які забезпечують комплексну організацію подорожей, об'єднуючи послуги різних постачальників у готовий туристичний продукт. Їхня діяльність охоплює широкий спектр функцій, включаючи комплектацію турів, сервісне обслуговування

клієнтів, гарантування якості послуг та взаємодію з турагентами. Туристична індустрія постійно змінюється під впливом технологічного прогресу, змін у споживчих уподобаннях та глобальних викликів, що вимагає від туроператорів гнучкості та впровадження нових підходів у роботі.

Конкурентоспроможність туроператорів визначається їхньою здатністю пропонувати унікальні продукти, впроваджувати цифрові рішення та відповідати запитам сучасних туристів, які все більше цінують індивідуальний підхід, екологічність та якість обслуговування. Ефективна співпраця між туроператорами та турагентами дозволяє розширювати ринок, залучати нових клієнтів і формувати стабільні прибутки. Таким чином, успіх компаній у сфері туризму залежить від їхньої здатності адаптуватися до нових умов, зберігаючи високу якість та надійність своїх послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туристичні послуги і туроператорська діяльність: конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Державний біотехнологічний університет; упоряд.: С. О. Заїка, С. М. Калініченко, Л. С. Харчевнікова, А. В. Грібнік. Харків: ДБТУ, 2023. 108 с.
2. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/92.pdf. 4
3. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тищенко С. В.

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет харчових технологій
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

12 березня 2025 року, Київ

КИЇВ 2025

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)

Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Сердюк М. Є. – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Олюніна С. Л. – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025