**Тема 3**

**Закономірності ціноутворення та методологія визначення зовнішньо-торгівельних цін на туристичні послуги на міжнародному ринку**

**Мета:**

Ознайомити студентів із принципами ціноутворення на міжнародному туристичному ринку, вивчити основні методології визначення зовнішньоторговельних цін на туристичні послуги, а також аналізувати чинники, що впливають на формування цінової політики в туризмі.

**Завдання:**

**1. Теоретична частина**

1.1. Поясніть основні закономірності ціноутворення на міжнародному туристичному ринку. Як світовий попит і пропозиція впливають на ціни туристичних послуг?

1.2. Опишіть основні підходи до ціноутворення на туристичні послуги на міжнародному рівні (метод витрат, метод конкуренції, метод ринкової ціни, метод споживчої вартості).

1.3. Розкрийте роль валютних курсів, податків і мит у процесі ціноутворення на міжнародні туристичні послуги.

**2. Аналітичне завдання**

2.1. Проведіть аналіз цінової політики трьох міжнародних туристичних агентств на ринку, що спеціалізуються на подорожах до різних країн. Порівняйте їхні ціни на аналогічні туристичні продукти (наприклад, тури до Європи, Азії та Америки).

2.2. Дослідіть, як сезонність, політичні та економічні кризи впливають на ціни туристичних послуг на прикладі конкретного туристичного напрямку.

**3. Практичне завдання**

3.1. Визначте зовнішньоторговельну ціну на туристичний пакет (5 днів у готелі середнього класу у Франції) з використанням методу витрат. Врахуйте такі компоненти, як вартість авіаквитків, проживання, харчування, трансфери та комісії агентства.

3.2. Порівняйте зовнішньоторговельні ціни на аналогічні туристичні пакети до двох інших європейських країн (наприклад, Іспанії та Італії). Які фактори вплинули на відмінності в ціноутворенні?

**4. Дослідницьке завдання**

4.1. Проаналізуйте, як сучасні цифрові платформи для бронювання (Airbnb, Booking) впливають на формування цін на туристичні послуги на міжнародному ринку. Наведіть конкретні приклади змін у ціноутворенні внаслідок розвитку таких платформ.

4.2. Запропонуйте стратегії для туристичних компаній щодо оптимізації ціноутворення на міжнародному ринку з урахуванням цифрових інновацій та глобалізаційних процесів.

**Форма звіту:**

- Теоретичне обґрунтування (2-3 сторінки).

- Аналітичний розділ з порівнянням цінової політики (3-4 сторінки).

- Практичний розрахунок ціни та порівняння (2-3 сторінки).

- Дослідницька частина (2-3 сторінки).

Примітка: Для виконання роботи студенти можуть використовувати відкриті ресурси (Booking, Airbnb, Expedia) для аналізу цін на туристичні послуги.