

ЗВІТ З ПРАКТИКИ

Практична підготовка: виробнича практика
(вид і назва практики)

Здобувач фахової передвищої освіти Суручи Андрій Іванович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Циклова комісія Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму

Освітньо-професійний ступінь Фаховий молодший бакалавр

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

2 курс ГР-23 група

Оцінка: 4,5/С

ПОСВІДЧЕННЯ ПРО ВІДРЯДЖЕННЯ НА ПРАКТИКУ

Здобувач освіти Суржун А. І.
(прізвище, ім'я, по батькові)

Направляється на Виробничу практику
(вид практики)

до м. Харків Туристична агенція «Жираф Тур»
(назва населеного пункту) (назва підприємства, організації, установи)

Термін практики: з 03.02 по 01.03 2025 р.
(включаючи проїзд туди й назад)

Керівники практики від закладу освіти викладач ЦК ХТГРСТР Тюріна Катерина Олександрівна
(посада, прізвище ім'я, по батькові)

Печатка закладу освіти
Завідуючий відділенням



Гібкін Кирило Романович
(підпис, прізвище, ім'я, по батькові)

Здобувач освіти Суржун А. І.
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

Печатка підприємства, організації, установи "01" лютого 2025 року

(підпис)

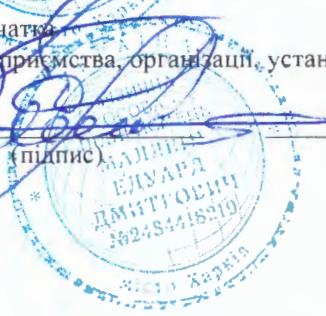


Директор Малявін Едуард Дмитрович
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка підприємства, організації, установи "01" березня 2025 року

(підпис)



Директор Малявін Едуард Дмитрович
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

1. Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики				Відмітки про виконання
		1	2	3	4	
1	Ознайомлення здобувачів з програмою практики. Отримання індивідуального та самостійного завдання. Проведення інструктажу з техніки безпеки та охорони праці. Зустріч з базою практики. Оформлення необхідної документації. Ознайомлення з графіком роботи бази практики, розпорядком дня. Ознайомлення з основними 2принципами кадрової політики підприємства (установи, організації), правами та обов'язками працівників, розподілом обов'язків у підрозділах.	+				Виконано
2	Виконання самостійної роботи		+			Виконано
3	Виконання індивідуальної роботи, підготовка та оформлення звіту з практики			+	+	Виконано

Керівник практики:



(підпис)

викладач ЦК ХТГРСТ Катерина ТЮРИНА

(посада, ім'я, прізвище)

2. Характеристика підприємства

Характеристика підприємства (Жираф Тур)

- 1.1 форма власності: приватна власність ; статус підприємства за розміром: малий бізнес;
- 1.2 організаційно-правова форма: ФОП;
- 1.3 установчі документи (статут та інші): свідоцтво про реєстрацію;
- 1.4 ліцензія на право здійснення діяльності: ліцензія присутня (на даний час для здійснення туристичної діяльності ліцензія не потрібна);
- 1.5 організаційна структура підприємства, включаючи структуру підрозділів: директор та менеджер з продажів;
- 1.6 матеріально-технічна база підприємства: особисті обігові кошти;
- 1.7 інноваційні технології підприємства: відсутні;
- 1.8 кадрове забезпечення підприємства: по домовленості + процент від продажів.

3. Самостійна робота

Підготувати дослідження впливу сезонності на попит туристичних послуг та надати рекомендації щодо його вирівнювання.

Сезонність є однією з ключових особливостей туристичної галузі, яка суттєво впливає на рівень попиту, доходи підприємств, завантаженість персоналу, витрати на утримання інфраструктури та ефективність загального функціонування туристичних компаній. Туристичний попит зазвичай концентрується у пікові періоди — літні місяці, новорічні та великодні свята, що зумовлено кліматичними умовами, періодами відпусток, шкільними канікулами та святковими датами.

У високий сезон спостерігається максимальна завантаженість туристичних об'єктів, високий рівень цін і попиту на послуги, однак у низький сезон — навпаки: відбувається різке зменшення кількості туристів, зниження доходів і, як наслідок, неефективне використання ресурсів. Це викликає проблеми нерівномірного доходу, нестабільної зайнятості персоналу, простою обладнання та об'єктів інфраструктури. Сезонні коливання особливо актуальні для

курортних регіонів, гірськолижних центрів, морських узбереж та культурно-екскурсійних напрямів.

Для вирівнювання сезонних коливань попиту туристичним підприємствам доцільно застосовувати низку стратегічних заходів. Перш за все, це розширення спектра туристичних продуктів, які можна пропонувати у міжсезоння або навіть у низький сезон. Наприклад, організація фестивалів, культурних заходів, гастрономічних турів, SPA-програм, оздоровчих та пізнавальних турів у позалітній період сприяє залученню цільових груп, які не обмежені у подорожах певним часом року (пенсіонери, молодь, корпоративні клієнти).

Важливу роль відіграє диверсифікація напрямків і продуктів: комбіновані тури (наприклад, «місто + природа»), тематичні маршрути, діловий туризм, освітні та подієві тури, що не залежать від погоди чи клімату. Також слід активно впроваджувати систему знижок, акцій, спеціальних пакетів і програм лояльності саме у низький сезон, щоб стимулювати попит. Особливо ефективною є гнучка цінова політика — зниження вартості послуг у періоди зниження попиту дозволяє залучити додаткових клієнтів.

Ще одним дієвим напрямом є активна маркетингова кампанія, орієнтована на просування міжсезонних продуктів. Це включає контент-маркетинг, просування у соціальних мережах, співпрацю з блогерами, онлайн-рекламу, створення позитивного іміджу "несезонного" відпочинку. Варто також впроваджувати технології персоналізованих пропозицій, зокрема через CRM-системи та електронну розсилку, що враховує інтереси конкретного клієнта.

У регіонах з вираженою сезонністю ефективною може бути співпраця з місцевими громадами щодо розвитку традиційних ремесел, проведення ярмарків, фольклорних свят, освітніх заходів, що створюють причину для приїзду туриста навіть у міжсезоння. Крім того, розвиток внутрішнього туризму (особливо вихідного дня) є дієвим інструментом підтримки постійного потоку клієнтів незалежно від пори року.

Таким чином, сезонність є неминучим фактором у туристичній діяльності, однак її вплив можна пом'якшити за рахунок гнучкого управління пропозицією, розробки нових туристичних продуктів, ефективного маркетингу та орієнтації на різні сегменти споживачів. Стратегія вирівнювання сезонного попиту повинна бути багаторівневою, комплексною та орієнтованою як на короткострокову вигоду, так і на довгострокову сталість розвитку туристичного підприємства.

4. Індивідуальне завдання

Формування програми для туру, спрямованого на спортивні заходи, такі як гольф, теніс, велоспорт або водні види спорту.

Програма туру, спрямованого на спортивні заходи, розробляється для туристів, які прагнуть поєднати активний спосіб життя з відпочинком і участю в улюблених видах спорту. Такий тур орієнтований як на аматорів, так і на професіоналів, включає тренування, змагання, майстер-класи, відвідування спортивних клубів та знайомство з інфраструктурою різних країн або регіонів.

Тур може бути організований у форматі тематичного спортивного табору, участі у фестивалі чи виїзного спортивного вікенду.

Програма передбачає семиденний тур до узбережжя Чорного моря або на територію спеціалізованого спортивного комплексу, наприклад, у Туреччині, Хорватії чи на Закарпатті. Перший день — заїзд, поселення в готелі або спортивному центрі, ознайомлення з інфраструктурою, легка вечірня активність на вибір: йога, велопрогулянка або теніс. Учасники знайомляться між собою, отримують розклад тренувань та інструктаж від тренерів.

Другий день присвячено активним тренуванням у вибраній дисципліні. Наприклад, для шанувальників гольфу — заняття на тренувальному полі, робота з тренером, вивчення техніки удару. Для тенісистів — індивідуальні й групові сесії, для велоспортсменів — маршрут до визначеної точки з супроводом інструктора, а для водних видів спорту — SUP-бординг або каякінг. Увечері відбувається теоретичний блок — лекція або обговорення техніки, спортивного харчування, мотивації.

На третій день передбачено екскурсію або виїзне тренування. Наприклад, велосипедна подорож вздовж узбережжя або через лісовий маршрут, турнір на гольф-полі, аматорський тенісний турнір серед учасників групи. Вечір вільний для відновлення в SPA-зоні або участі у тематичному вечорі з розіграшами, вікторинами та живою музикою.

Четвертий день — день спеціалізації. Учасники розділяються за рівнем підготовки та беруть участь у тренуваннях підвищеного рівня складності. У другій половині дня організовується майстер-клас від професійного спортсмена або тренера з досвідом міжнародних виступів. Тематика може охоплювати тактику гри, психологічну підготовку, ефективне планування навантажень.

П'ятий день призначений для активного відпочинку: туристи мають можливість обрати додаткову активність — похід у гори, прогулянку на яхті, zip-line або пляжні ігри. Такий формат дозволяє зняти напругу, уникнути перевантаження та зберегти позитивний тонус. Увечері — спортивна гра на свіжому повітрі: міні-футбол, волейбол, фрізбі або квест.

Шостий день — фінальні змагання або демонстраційні виступи. Учасники показують навички, набуті під час туру, отримують грамоти, сертифікати, символічні нагороди. Цей день завершується урочистою вечерею, обміном враженнями, презентацією фото- і відеозвітів.

Сьомий день — підсумковий. Після сніданку відбувається підбиття підсумків, індивідуальні консультації з тренерами, вручення рекомендацій для подальших занять і виїзд.

Висновки

Проходження практики стало важливим етапом у процесі професійної підготовки, адже дало змогу поєднати теоретичні знання, здобуті під час навчання, з практичними навичками в умовах реальної діяльності туристичного підприємства. У процесі виконання завдань практики було вивчено основні принципи організації роботи туристичної фірми, ознайомлено з документацією, маркетинговою діяльністю, процесом формування туристичних продуктів, правилами бронювання послуг, взаємодією з клієнтами та партнерами.

Практика сприяла розвитку комунікативних, аналітичних, організаційних умінь, удосконаленню навичок роботи з туристичними інформаційними системами, поглибленню розуміння сучасного туристичного ринку та потреб споживачів. Особливо корисним було виконання завдань, пов'язаних з підготовкою турів, складанням маршрутів, підбором готельної бази та транспортного обслуговування. Робота у команді та під керівництвом фахівців галузі допомогла краще зрозуміти внутрішню логіку туристичного бізнесу та підвищити рівень професійної відповідальності.

Здобутий під час практики досвід дозволив оцінити власні сильні сторони, виявити напрями для професійного розвитку та підвищити готовність до майбутньої роботи за фахом. Практика підтвердила важливість гнучкості, клієнтоорієнтованості, креативного підходу та вміння працювати в динамічному середовищі. Загалом вона стала вагомим внеском у формування фахових компетентностей і надала впевненості у правильності обраної професійної траєкторії.

Список використаних джерел

1. Беляєва Н. М., Чернишова Л. В. Організація туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 288 с.
2. Кифяк В. Ф. Туризмознавство: теорія і практика: навч. посіб. 5-те вид., перероб. і допов. Чернівці: Книги – XXI, 2020. 392 с.
3. Мальська М. П., Антоняк А. А. Менеджмент туризму: підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 316 с.
4. Паламарчук А. М. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного ринку України // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2022. Т. 5, № 2. С. 43–50. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.5.2.2022.267571>
5. Ходаківський Є. В. Сталій розвиток туризму в Україні: регіональний вимір: монографія. Житомир: Полісся, 2020. 210 с.