

ЗВІТ З ПРАКТИКИ

Практична підготовка: виробнича практика

(вид і назва практики)

Здобувач фахової передвищої освіти Овозка Юлія Володимирівна
(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 ТР-23 група

Оцінка: 75/с

ПОСВІДЧЕННЯ ПРО ВІДРЯДЖЕННЯ НА ПРАКТИКУ

Здобувач освіти Обозна Ю.В.
(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 20 25 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



Завідувач відділення

Гібкін Кирило Романович

(підпис, прізвище, ім'я, по батькові)

Здобувач освіти Обозна Ю.В.
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

Печатка підприємства, організації, установи "03" лютого 20 25 року



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

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка підприємства, організації, установи "01" березня 20 25 року



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 ТЮРІНА

(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

Розробити план заходів щодо залучення нових клієнтів до туристичного підприємства

Мета: Збільшити обсяг продажів туристичних послуг, підвищити впізнаваність бренду, сформувані довіру до туристичного підприємства серед нових клієнтів.

На першому етапі важливо чітко визначити профіль потенційного клієнта: вік, інтереси, рівень доходу, переваги у подорожах (пляжний, екскурсійний, активний відпочинок тощо). Паралельно слід проаналізувати конкурентів, їхні маркетингові підходи, ціноутворення, популярні напрямки, щоб розробити власну унікальну пропозицію.

Сформувані актуальні тури, адаптовані під сезон, попит і бюджети різних груп клієнтів (молодь, сім'ї, пенсіонери, корпоративні клієнти). Доцільно додати нові формати: авторські тури, гастрономічні, еко-тури, тури вихідного дня, комбіновані маршрути. Оформити ці пропозиції у вигляді яскравих буклетів, сторінок на сайті та в соціальних мережах.

Запустити рекламну кампанію в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok), створити привабливий контент — фото, відео, відгуки клієнтів, прямі ефіри з мандрівок. Важливо вести активний блог або новинну стрічку на сайті з порадами для мандрівників, акціями, новинами про нові напрямки. Налаштувати таргетовану рекламу за інтересами і географією потенційних клієнтів.

Запропонувати програму лояльності — накопичувальні знижки для постійних клієнтів, знижки за рекомендації друзів, спеціальні пропозиції для нових користувачів. Організувати акційні тури або сезонні знижки з обмеженим терміном дії для стимулювання швидких рішень.

Встановити зв'язки з готелями, транспортними компаніями, закладами харчування для спільних акцій. Запросити блогерів, тревел-журналістів чи локальних лідерів думок для участі в рекламних турах з метою створення якісного медійного контенту про діяльність підприємства.

Організовувати безкоштовні інформаційні заходи, презентації турів, майстер-класи або вебінари для зацікавлених осіб. Проводити тематичні вечори мандрів, фотозвіти з подорожей, виставки чи навіть туристичні квести з подарунками.

Брати участь у туристичних форумах, виставках, освітніх заходах та ярмарках, щоб особисто знайомитися з потенційними клієнтами, вручати рекламні матеріали, збирати контактні дані та налагоджувати зв'язки.

Покращення сервісу обслуговування клієнтів, оперативна комунікація, надання консультацій, підтримка 24/7. Активна робота з відгуками — відповіді, вдячність, аналіз і врахування побажань для покращення послуг.

Ефективне залучення нових клієнтів до туристичного підприємства вимагає комплексного підходу: поєднання маркетингу, якісного продукту, сучасних цифрових рішень і активної взаємодії з цільовою аудиторією. Лише системна робота з усіма каналами просування, побудова довіри та орієнтація на потреби клієнта забезпечать стабільне зростання й успішну конкуренцію на ринку туристичних послуг.

4. Індивідуальне завдання

Розробка програми для туру в гірському регіоні з акцентом на зимові та літні види активного відпочинку.

Програма туру «Гори в ритмі сезону: активний відпочинок узимку та влітку» розроблена для тих, хто прагне динамічного, змістовного відпочинку на природі. Тур орієнтований на український гірський регіон — Карпати — і адаптується до особливостей літнього та зимового сезонів. Учасники матимуть змогу не лише активно провести час, а й познайомитися з місцевою культурою, кухнею, ремеслами та звичаями, що робить мандрівку не просто відпочинком, а справжнім культурно-емоційним досвідом.

У літній період програма починається з прибуття до туристичної локації, поселення та знайомства з командою. У перший день учасники здійснюють оглядову прогулянку околицями, вечеряють стравами карпатської кухні та

знайомляться один з одним. Другий день присвячений пішому походу до гірської вершини, наприклад, Говерли або Хом'яка, з організацією пікніка та фотозупинок. Третій день передбачає веломандрівку або квадроекскурсію, а також візит до місцевої сироварні з дегустацією. Четвертого дня учасники вирушають на сплав по гірській річці, а ввечері відпочивають біля вогнища. П'ятий день передбачає участь у майстер-класі з ремесел, відвідування музею гуцульської культури або етнохати. Наступного дня заплановано прогулянку екологічною стежкою, збирання ягід або грибів, відпочинок у чанах чи SPA. Сьомий день завершується прогулянкою ярмарком, купівлею сувенірів, спілкуванням і трансфером додому.

У зимовий сезон тур починається з поселення та оренди спорядження. На другий день організовується катання на лижах або сноубордах із супроводом інструктора. Третій день присвячено снігоступингу або зимовому походу до оглядових точок, а ввечері відбувається затишна вечірка з глінтвейном. Четвертого дня — катання на санках, тюбінгах і фотосесія в засніженому лісі. П'ятий день включає творчий майстер-клас, знайомство з місцевими традиціями, коляду. На шостий день учасники мають змогу відпочити у лазні, чані або замовити аромамасаж. Завершення туру — прогулянка сувенірним ринком, підбиття підсумків, обмін контактами та трансфер.

Такий тур сприяє розвитку внутрішнього туризму, створює умови для цілорічного функціонування туристичних маршрутів і дозволяє кожному учаснику отримати комплексний досвід: фізичний, культурний, емоційний і гастрономічний. Це чудова нагода відновити сили, побачити красу Карпат у різних сезонних проявах та поринути в атмосферу справжньої гірської пригоди.

Висновки

Розробка туристичної програми, яка охоплює як зимові, так і літні види активного відпочинку в гірському регіоні, є ефективним кроком до розширення туристичних можливостей і формування стабільного туристичного потоку протягом усього року. Такий підхід дозволяє задовольнити потреби різних категорій туристів — від прихильників зимового спорту до поціновувачів піших мандрівок, сплавів, екотуризму та культурних активностей. Адаптація маршруту до сезонних умов забезпечує різноманітність вражень і дає змогу розкривати природний потенціал Карпат у повному обсязі.

Програма, що включає поєднання активного дозвілля, традиційної культури, гастрономії та релаксаційних елементів, створює цілісний туристичний продукт, здатний задовольнити не лише фізичні, а й емоційні та пізнавальні запити мандрівників. Залучення місцевих ресурсів, майстрів, фермерів і культурних об'єктів сприяє соціально-економічному розвитку регіону, підтримує локальні громади та сприяє формуванню стійкої туристичної моделі.

Список використаних джерел

1. Беляєва Н. М., Чернишова Л. В. Організація туристичної діяльності: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 288 с.
2. Кифяк В. Ф. Туризмознавство: теорія і практика: навч. посіб. Чернівці: Книги – ХХІ, 2020. 392 с.
3. Ходаківський Є. В. Сталій туризм і розвиток сільських територій: монографія. Житомир: Полісся, 2020. 210 с.
4. Дудар Л. І. Активний туризм у Карпатському регіоні: потенціал і перспективи розвитку // Індустрія гостинності і туризму. 2022. № 19. С. 51–58.
5. Паламарчук А. М. Сезонні туристичні продукти в Україні: сучасний стан і напрями розвитку // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2023. Т. 7, № 1. С. 72–79. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.7.1.2023.290481>