Міністерство освіти і науки України

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Географічного факультету

Кафедра географії та менеджменту туризму

# Звіт

## з виробничої практики

## в туристичній агенції "SANDRATOUR"

Виконала:

студентка 3-го курсу, 312 групи

Бізюра Олександра

Чернівці - 2026

# ЗМІСТ

Вступ ..... 3

1. Загальні відомості про підприємство ..... 4

2. Організаційна та управлінська структури підприємства ..... 5

3. Питання організації та охорони праці на підприємстві ..... 7

4. Взаємозв'язки підприємства із зовнішніми контрагентами та з ринковою інфраструктурою ..... 8

5. Маркетингова та рекламна діяльність на підприємстві ..... 9

6. Фінансова діяльність підприємства, стратегії ціноутворення ..... 10

7. Інноваційна діяльність ..... 11

8. Питання планування на підприємствах туризму ..... 12

9. Управління якістю сервісних послуг в туризмі ..... 13

10. Перспективи розвитку ..... 14

11. Види робіт, що виконувалися на підприємстві під час проходження практики ..... 15

Висновок ..... 16

Список використаних джерел ..... 17

# Вступ

Навчальна практика є важливим етапом у професійній підготовці майбутніх фахівців у сфері туризму. Вона дає змогу студентам застосувати теоретичні знання на практиці, поглибити розуміння професійних процесів, набути нових компетентностей і адаптуватися до вимог реального ринку праці.

Туризм — це одна з найдинамічніших і найбільш перспективних галузей світової економіки, яка охоплює широкий спектр діяльності: від організації подорожей і екскурсій до готельного бізнесу, транспортних перевезень, культурного обслуговування та рекреаційної діяльності. В умовах глобалізації та зростання попиту на якісні туристичні послуги роль кваліфікованих кадрів у цій сфері стає особливо важливою. Український туристичний ринок поступово розвивається, і Чернівці — як культурно-історичний центр — займають у ньому помітне місце.

Проходження практики відбулося в туристичній агенції «Сандра Тур», що знаходиться в місті Чернівці. Компанія зарекомендувала себе як надійний партнер у сфері туризму, пропонуючи клієнтам широкий вибір туристичних продуктів: індивідуальні та групові тури, екскурсійні програми, бронювання готелів, авіаквитків, страхування, трансфери тощо.

**Метою практики** є закріплення знань, отриманих у процесі навчання, набуття первинного професійного досвіду, ознайомлення зі структурою туристичного підприємства, а також формування практичних навичок в умовах реальної професійної діяльності.

**Предметом практики** є організація туристичних послуг, внутрішня структура туристичної агенції, особливості комунікації з клієнтами, використання програмного забезпечення в туризмі та оформлення відповідної документації.

## 1. Загальні відомості про підприємство

Назва: Приватне підприємство "САНДРА-ТУР"

Розташування: Перша Приміська, 3, Чернівці, Чернівецька область, 58000

Телефон: +380 (66) 225 16 16

e-mail: Info@sandra-tour.com

Приватне підприємство «Сандра-Тур» було зареєстроване 29 січня 2015 року в місті Чернівці. Агенція спеціалізується на наданні туристичних послуг:

- **79.12** — Діяльність туристичних операторів
- **79.11** — Діяльність туристичних агентств
- **79.90** — Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

Основним видом діяльності за КВЕД є 79.12 — діяльність туристичних операторів.

Юридична адреса підприємства: 58000, Україна, Чернівецька область, м. Чернівці, вул. Південно-Кільцева, буд. 7, кв. 157. Фактична адреса — вул. Перша Приміська, 3. Статутний капітал підприємства становить 10 000 грн.

Форма власності — приватна. Організаційно-правова форма — приватне підприємство. Засновниками ПП «Сандра-Тур» є Стратійчук Олександра Семенівна та Ткач Андрій Семенович, кожен з яких володіє 50% частки у статутному капіталі. Керівником підприємства з моменту заснування є Стратійчук Олександра Семенівна.

Протягом своєї діяльності агенція «Сандра-Тур» надає послуги з:

- організації подорожей,
- бронювання квитків, готелів,
- турів та супутніх туристичних сервісів як для українських, так і для іноземних клієнтів.

Підприємство діє відповідно до чинного законодавства України та зареєстроване в офіційних базах даних юридичних осіб.

Таким чином, ПП «Сандра-Тур» є активним представником туристичної галузі Чернівців із понад 9-річним досвідом роботи, чіткою структурою власності та спрямованістю на обслуговування туристичних потреб громадян.

## 2. Організаційна та управлінська структури підприємства

Організаційна структура підприємства «Сандра-Тур» є лінійно-функціональною. Це означає, що основні функції та напрямки діяльності чітко визначені і зосереджені на виконанні основної мети підприємства — наданні туристичних послуг клієнтам.

Підприємство очолює **Стратійчук Олександра Семенівна**, яка є директором підприємства з моменту його заснування у 2015 році. Керівник підприємства займається стратегічним управлінням, прийняттям ключових рішень щодо розвитку компанії, а також веде взаємодію з клієнтами, партнерами та контролює основні операції компанії.

Управлінська структура підприємства «Сандра-Тур» є досить спрощеною через малу кількість працівників (2 особи). Функції управління полягає лише на засновницю підприємства. Управління підприємством здійснюється за такими напрямами:

- **Управління операційною діяльністю**: Оскільки компанія спеціалізується на наданні туристичних послуг, операційна діяльність включає бронювання турів, організацію подорожей для клієнтів, забезпечення належного рівня обслуговування. Керівник безпосередньо відповідає за виконання цих завдань, а також за підтримку контактів з партнерами та туристичними операторами.
- **Управління фінансами**: Керівник підприємства також контролює фінансову діяльність компанії, включаючи бюджетування, визначення вартості послуг, фінансовий моніторинг та звітність. Всі фінансові рішення, як правило, ухвалюються спільно з засновниками.
- **Маркетинг та продажі**: Туристична агенція активно працює з клієнтами, займається просуванням своїх послуг. Оскільки компанія невелика, маркетинг і продажі здійснюються через особисті контакти керівника підприємства та його партнерів.

Оскільки на підприємстві працює лише двоє осіб, комунікація та робочі відносини між співробітниками є прямими, без значної ієрархії.

Завдання та обов'язки в організації не поділяються на численні рівні, оскільки структура є спрощеною. Однак кожен співробітник, зокрема, керівник, має чітке розуміння своїх функціональних обов’язків, серед яких:

- Організація турів та підбір туристичних пропозицій.

- Спілкування з клієнтами та партнерами.
- Контроль якості обслуговування.
- Фінансове управління та облік доходів і витрат.
- Планування та реалізація маркетингових стратегій.

Також у теперішній час головний акцент у наданні клієнту інформацію та підбір турів припадає на мережу Інтернет та сайти туристичних операторів, а не на паперові каталоги, як було раніше.

Стосовно сфери управління було введено в роботу персоналу обов'язкові професійні вебінари, семінари із наданням завірених сертифікатів. Для підвищення кваліфікації співробітники, систематично відправляються у відрядження у так звані "рекламні тури".

Рекламний тур відрізняється від звичайного туристичного туру передусім своєю метою. Якщо звичайний тур орієнтований на відпочинок, розваги або пізнання для туриста, то рекламний тур (його ще називають "фам-тріп", від англ. familiarization trip) організовується переважно для представників туристичних агентств, туроператорів. Його головне завдання — ознайомити учасників із туристичним продуктом: готелями, екскурсіями, транспортом, сервісом та інфраструктурою певного напрямку, щоб надалі ці люди могли ефективно його просувати або продавати. Такий тур зазвичай має насичену програму, багато переїздів та візитів до різних об’єктів, іноді навіть по кілька в день, і практично не передбачає вільного часу. У той час як звичайний туристичний тур має більш розслаблений ритм, орієнтований на комфорт, емоції та відпочинок клієнта.

## 3. Питання організації та охорони праці на підприємстві

Охорона праці є важливим елементом організаційної діяльності будь-якого підприємства, включно з туристичними агенціями. У туристичній агенції «Сандра Тур» питання безпеки праці, гігієни та забезпечення належних умов праці для працівників регламентуються відповідно до чинного законодавства України, зокрема — Закону України «Про охорону праці», Кодексу законів про працю та внутрішніх нормативних документів підприємства.

Організація робочого процесу в офісі агенції побудована з урахуванням вимог до раціонального розміщення працівників, належного освітлення, вентиляції та дотримання ергономічних норм. Працівники забезпечені зручними робочими місцями, оргтехнікою та доступом до необхідних інформаційних ресурсів. Робота здебільшого проводиться з комп’ютером, тому адміністрація звертає увагу на дотримання режиму праці та відпочинку, щоб запобігти перенапруженню зору та зниженню працездатності.

Перед початком виконання трудових обов’язків усі нові працівники, включно з практикантами, проходять первинний інструктаж з техніки безпеки, протипожежної безпеки та охорони праці. У разі зміни умов праці або обладнання проводиться повторний інструктаж.

Також в офісі є первинні засоби пожежогасіння, аптечка першої медичної допомоги та розміщені схеми евакуації у разі надзвичайної ситуації. Періодично проводяться навчання з евакуації персоналу та інструктажі з дій у разі виникнення надзвичайних подій.

Керівник агенції піклується про психологічний клімат у колективі, дотримання трудової дисципліни та створення сприятливих умов для продуктивної праці. Це є важливою частиною безпечного й комфортного робочого середовища, що, своєю чергою, позитивно впливає на якість надання туристичних послуг.

## 4. Взаємозв'язки підприємства із зовнішніми контрагентами та з ринковою інфраструктурою

Ефективна діяльність туристичного підприємства неможлива без постійної взаємодії з великою кількістю зовнішніх контрагентів та активної участі в ринковій інфраструктурі. Туристична агенція «Сандра Тур» у своїй роботі підтримує партнерські зв’язки з українськими та зарубіжними туроператорами, авіакомпаніями, готельними комплексами, страховими компаніями, транспортними службами, банківськими установами, а також державними органами, що регулюють туристичну діяльність.

**Основні групи зовнішніх контрагентів агенції:**

1. **Туроператори.** «Сандра Тур» співпрацює з великими туроператорами, які формують туристичні продукти — комплексні пакети послуг, що включають перевезення, проживання, екскурсійне обслуговування, трансфери тощо. Агенція виступає в ролі посередника, пропонуючи ці тури кінцевим споживачам.
2. **Авіакомпанії та перевізники.** Для бронювання квитків на чартерні й регулярні рейси агенція використовує спеціалізовані системи бронювання (GDS), а також укладає договори з перевізниками щодо організації трансферів та автобусних турів.
3. **Готельні комплекси.** Агенція має прямі контракти або використовує системи онлайн-бронювання для резервування номерів у готелях по всьому світу, що дозволяє пропонувати клієнтам широкий вибір варіантів проживання.
4. **Страхові компанії.** Оформлення туристичних полісів — обов’язковий елемент більшості подорожей. «Сандра Тур» співпрацює з акредитованими страховими компаніями для надання клієнтам страхових послуг (медичне страхування, страхування багажу, невиїзду тощо).
5. **Банківські установи.** Агенція користується банківськими сервісами для проведення розрахунків, обслуговування рахунків, прийому оплат через термінали та онлайн-банкінг.

Такі зв’язки забезпечують стабільність роботи агенції, дозволяють пропонувати конкурентоспроможні ціни, адаптувати туристичні продукти до індивідуальних потреб клієнтів та оперативно реагувати на зміни ринку. Крім того, налагоджені комунікації з контрагентами підвищують якість обслуговування та довіру до компанії.

## 5. Маркетингова та рекламна діяльність на підприємстві

У сфері туризму маркетинг і реклама відіграють вирішальну роль, адже саме через ефективну комунікацію з ринком підприємство може залучати нових клієнтів, підтримувати інтерес постійної аудиторії та адаптуватися до мінливих умов попиту. Туристична агенція «Сандра Тур» активно використовує маркетингові інструменти для формування позитивного іміджу, просування своїх послуг і збільшення обсягів продажів.

**Маркетингова діяльність підприємства** охоплює такі основні напрямки:

- **Аналіз ринку та конкурентного середовища.** Компанія регулярно моніторить попит на туристичні напрямки, сезонні коливання, цінову політику конкурентів, що дозволяє оперативно оновлювати пропозиції та формувати вигідні турпакети.
- **Формування туристичних продуктів.** «Сандра Тур» пропонує як стандартні, так і індивідуальні тури, акційні пропозиції, «гарячі» путівки, тури вихідного дня, що дозволяє охопити різні сегменти споживачів.
- **Ціноутворення.** У компанії застосовується гнучка цінова політика, яка враховує сезонність, попит, наявність акцій від туроператорів та індивідуальні знижки для постійних клієнтів.

**Рекламна діяльність агенції включає:**

- **Інтернет-маркетинг.** Основний акцент робиться на веденні сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Telegram), де публікуються актуальні тури, акції, фото- та відеозвіти з подорожей клієнтів, відгуки, поради для мандрівників.
- **Рекламна поліграфія.** У фірмі використовуються друковані матеріали — візитівки.

Завдяки продуманій маркетинговій стратегії, «Сандра Тур» вдається залишатися конкурентоспроможною агенцією в умовах динамічного туристичного ринку Чернівців і Західної України загалом.

## 6. Фінансова діяльність підприємства, стратегії ціноутворення

У туристичній агенції «Сандра Тур» фінансове планування, облік доходів і витрат, а також управління ресурсами здійснюються відповідно до законодавства України та внутрішніх фінансових політик компанії.

Основними джерелами доходу агенції є:

- **Комісійні винагороди** від туроператорів за реалізацію турів;
- **Прибуток від продажу додаткових послуг**, зокрема страхування, бронювання квитків, трансферів, візова підтримка;

Фінансові операції здійснюються як у готівковій, так і безготівковій формі. Бухгалтерський облік ведеться із застосуванням спеціалізованих програм, які дозволяють контролювати надходження коштів, здійснювати фінансову звітність, контролювати дебіторську та кредиторську заборгованість.

Усі платежі фіксуються відповідно до чинних вимог податкового обліку. Компанія регулярно звітує перед державними контролюючими органами та дотримується вимог податкової дисципліни.

Ціноутворення в туристичній агенції «Сандра Тур» базується на таких принципах:

1. **Гнучкість.** Ціни формуються залежно від сезону, попиту, залишків місць у турах та акційних пропозицій туроператорів.
2. **Конкурентоспроможність.** Компанія постійно аналізує ціни на аналогічні продукти у конкурентів та намагається надати вигідніші умови.
3. **Додана вартість.** До базової вартості туру можуть додаватися додаткові послуги (страхування, трансфери, консультаційний супровід), які збільшують кінцеву ціну, але й підвищують якість обслуговування.
4. **Сегментоване ціноутворення.** Для різних категорій клієнтів діють спеціальні пропозиції (знижки для студентів, сімей, постійних клієнтів тощо).

Важливою частиною фінансової стратегії є **оптимізація витрат**: офісна оренда, програмне забезпечення, заробітна плата персоналу тощо. «Сандра Тур» прагне ефективного управління ресурсами, що дозволяє утримувати фінансову стабільність навіть у періоди низького туристичного сезону.

## 7. Інноваційна діяльність

Туристична агенція «Сандра Тур» активно впроваджує новітні підходи до обслуговування клієнтів, автоматизації внутрішніх процесів і просування послуг, що дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною та привабливою для різних категорій споживачів.

**Основні напрямки інноваційної діяльності в агенції:**

1. **Цифровізація послуг.** Агенція активно використовує онлайн-платформи для бронювання турів, авіаквитків, готелів та трансферів.
2. **Сучасні CRM-системи.** Для ефективної роботи з клієнтами компанія застосовує CRM-програмне забезпечення, яке дозволяє вести базу клієнтів, відстежувати історію замовлень, здійснювати персоналізовані пропозиції та автоматизовану розсилку повідомлень.
3. **Власний вебсайт та мобільна підтримка.** У «Сандра Тур» функціонує інформативний вебсайт, адаптований для мобільних пристроїв, де клієнти можуть ознайомитися з турами, зробити попереднє замовлення, поставити запитання або отримати онлайн-консультацію.
4. **Онлайн-комунікація.** Використання месенджерів (Viber, Telegram, WhatsApp) і соціальних мереж забезпечує оперативний зв’язок із клієнтами, що значно пришвидшує процес продажу турів і покращує сервіс.
5. **Інновації в рекламі.** Агенція впроваджує сучасні методи digital-маркетингу — таргетовану рекламу в соцмережах, контент-маркетинг, що забезпечує ширше охоплення цільової аудиторії.
6. **Гнучкі форми обслуговування.** У період пандемії та після неї агенція запровадила практику дистанційного оформлення турів, онлайн-оплати та електронного документообігу, що дозволяє обслуговувати клієнтів без фізичного візиту до офісу.

Інноваційна діяльність «Сандра Тур» не лише підвищує ефективність роботи, а й формує лояльність клієнтів, розширює географію послуг та забезпечує агентству позитивну репутацію серед партнерів і туристів.

## 8. Питання планування на підприємствах туризму

Планування є однією з ключових функцій управління в туристичній сфері, оскільки воно забезпечує ефективне використання ресурсів, узгодженість дій персоналу та стабільне досягнення поставлених цілей. У туристичній агенції «Сандра Тур» планування охоплює як стратегічний, так і поточний (оперативний) рівень діяльності.

**Основні види планування, що застосовуються в агенції:**

1. **Стратегічне планування.** Передбачає визначення довгострокових цілей розвитку компанії, розширення асортименту туристичних послуг, вихід на нові ринки та вдосконалення сервісу. При розробці стратегії враховуються фактори зовнішнього середовища: попит на подорожі, зміни в законодавстві, геополітична ситуація, рівень конкуренції.
2. **Оперативне (тактичне) планування.** Містить щомісячне або щоквартальне планування продажів, формування турів, розподіл обов'язків серед персоналу, оновлення рекламних кампаній тощо. Також це включає підготовку до туристичних сезонів — літнього, зимового, новорічного.
3. **Фінансове планування.** Визначення бюджету на оренду, зарплати, технічну підтримку, податкові платежі. Також це прогнозування доходів від реалізації турів та додаткових послуг.
4. **Кадрове планування.** Агенція «Сандра Тур» планує підвищення кваліфікації працівників, участь у тренінгах, семінарах, а також визначає потребу у нових кадрах залежно від зростання обсягів діяльності.

**Інструменти планування:**

- CRM-система для прогнозування продажів;
- Онлайн-календарі для координації заходів і зустрічей;

Грамотно організоване планування дозволяє агенції гнучко реагувати на зміни в туристичному середовищі, своєчасно оновлювати пропозиції, раціонально розподіляти ресурси та досягати поставлених цілей з мінімальними витратами.

## 9. Управління якістю сервісних послуг в туризмі

Управління якістю сервісних послуг в туризмі туристичної агенції «Сандра Тур» передбачає комплекс заходів, спрямованих на забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та зміцнення репутації на ринку.

Спершу визначаються стандарти якості: принципи комунікації, швидкість реакції на запит, достовірність інформації, професіоналізм співробітників. У «Сандра Тур» розроблена внутрішня політика якості, що включає детальні регламенти роботи з клієнтом: від першого звернення до завершення поїздки. Важливою є системна підготовка персоналу — тренінги з продажу турів, культурної компетенції, управління конфліктами, а також тематичні семінари щодо напрямків туризму.

Для контролю дотримання стандартів застосовується кілька інструментів: регулярні опитування задоволеності клієнтів, аналіз відгуків (онлайн докладно – на сайтах і соцмережах), внутрішній аудит процесів, перевірка пакетів документів і комунікації. За невідповідності — негайні коригувальні заходи: від операційних до організаційних.

Ключові етапи управління якістю в «Сандра Тур» виглядають так:

1. **Проектування**: аналіз потреб клієнтів із Чернівців, розробка маршрутів і сервісного пакету, узгодження з партнерами.
2. **Стандартізація**: створення чек-листів та інструкцій: оформлення документів, маршрут супроводу, інформування.
3. **Реалізація**: організація туру відповідно до затвердженого стандарту.
4. **Моніторинг**: оцінка у процесі (термінові питання), закриття (анкетування, дзвінки, опитування по e-mail).
5. **Аналіз і вдосконалення**: обробка результатів, розбір скарг і побажань, навчання персоналу, оновлення пакетів.

«Сандра Тур» реалізує цю систему як локально — обслуговує жителів міста та гостей, пильно враховуючи попит і тренди, так і глобально — партнерство з туроператорами країн ЄС та Кавказу дозволяє підтверджувати якість і отримувати визнання. Таким чином, управління якістю в туристичній агенції «Сандра Тур» базується на стандартах, зворотному зв’язку, партнерстві із локальними сервісами та безперервному вдосконаленні. Це дозволяє забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів та утримувати конкурентні позиції на ринку.

## 10.Перспективи розвитку

Перспективи розвитку туристичної агенції "Сандра Тур" в Чернівцях можуть бути досить широкими завдяки потенціалу цього регіону, його культурним, історичним та природним особливостям. Одним з головних напрямків є розширення спектру турів по Буковині, оскільки Чернівці є важливим туристичним центром, де можна організувати унікальні екскурсії по місту, а також тури до навколишніх природних резерватів, гуцульських сіл, гірських курортів та виноробних регіонів. Таким чином, спеціалізовані тури, як гастрономічні, еко-тури та тури по виноробнях, можуть стати дуже популярними серед туристів. Крім того, розвиток іноземного туризму є перспективним напрямком. Завдяки близькості Чернівців до кордонів з Румунією та Молдовою, агенція може розробити програми для іноземних туристів, що включають транскордонні маршрути, відвідування Чернівців та сусідніх регіонів.

Також перспективним є розвиток корпоративного туризму — організація корпоративних поїздок, тренінгів та тімбілдінгів для компаній. Чернівці та Буковина мають потенціал стати чудовими локаціями для проведення корпоративних заходів. Важливою частиною стратегії розвитку агенції може стати популяризація внутрішнього туризму серед українців, адже багато людей шукають нові місця для короткострокових подорожей на вихідних або святкові дні. Враховуючи, що Чернівці є історично важливим містом, туристичні агенції можуть організовувати культурні та історичні тури, які привертають увагу як сімей, так і груп друзів.

Також можна звернути увагу на розвиток онлайн-сервісів для зручності клієнтів. Модернізація вебсайтів, впровадження онлайн-бронювання та створення мобільного додатку для туристів значно підвищить доступність послуг і приверне нових клієнтів. Персоналізовані послуги, такі як індивідуальні екскурсії, майстер-класи, організація свят та подій під замовлення, також можуть стати важливими конкурентними перевагами для агенції. Загалом, стратегічно вірно спрямований розвиток у цих напрямках дозволить "Сандра Тур" не лише збільшити свою клієнтську базу, але й зайняти лідируючу позицію серед туристичних агенцій Чернівців.

## 11.Види робіт, що виконувалися на підприємстві під час проходження практики

Під час проходження виробничої практики в туристичній агенції «Сандра Тур» було виконано комплекс практичних завдань, спрямованих на закріплення теоретичних знань та набуття професійних навичок у сфері туризму.

У процесі практики було здійснено ознайомлення зі структурою підприємства, особливостями організації роботи туристичної агенції, функціональними обов'язками працівників та порядком взаємодії між співробітниками. Вивчено технологію продажу туристичних послуг, порядок бронювання турів, авіаквитків, готелів і трансферів.

Під час роботи було опрацьовано туристичні пропозиції провідних туроператорів, здійснювався підбір турів відповідно до побажань клієнтів із врахуванням бюджету, країни відпочинку, категорії готелю, тривалості подорожі та інших вимог. Також проводився пошук інформації про готелі, курорти, туристичні об'єкти та умови в'їзду до різних країн. Практика передбачала участь у консультуванні клієнтів щодо туристичних продуктів, особливостей страхування, оформлення документів для подорожей, правил перетину кордону, візових вимог та інших супутніх послуг. Було отримано практичний досвід ведення телефонної комунікації та листування з клієнтами через соціальні мережі й месенджери.

Ознайомилася з порядком оформлення договорів на туристичне обслуговування, туристичних ваучерів, страхових полісів, рахунків та іншої документації, яка використовується у діяльності туристичної агенції. Також вивчено особливості ведення клієнтської бази та використання сучасних інформаційних технологій у роботі підприємства. Брала участь у підготовці інформаційних та рекламних матеріалів для розміщення у соціальних мережах, аналізувала актуальні туристичні пропозиції, сезонний попит та цінову політику туристичного ринку. Ознайомилася з методами просування туристичних послуг за допомогою цифрового маркетингу.

Під час проходження практики було дотримано правил внутрішнього трудового розпорядку, вимог охорони праці та професійної етики. Виконані завдання дозволили набути практичного досвіду роботи в туристичній агенції, удосконалити навички спілкування з клієнтами, роботи з туристичною документацією та сучасними інформаційними системами, що використовуються у сфері туризму.

Отже, основні цілі та завдання, що стосувалися практики було виконано.

# Висновок

Виробнича практика в туристичній агенції «Сандра Тур» стала важливим етапом професійної підготовки та дала можливість закріпити теоретичні знання, отримані під час навчання, у реальних умовах діяльності туристичного підприємства. У процесі проходження практики було детально ознайомлено зі структурою підприємства, особливостями його управління, основними напрямами діяльності, маркетинговою політикою, фінансовими аспектами роботи, системою планування, інноваційними підходами та принципами забезпечення якості туристичних послуг.

Під час практики було здобуто практичні навички роботи з туристичними продуктами, підбору турів відповідно до побажань клієнтів, ознайомлено з процесом бронювання туристичних послуг, оформленням необхідної документації, особливостями комунікації з туристами та партнерами. Також було вивчено сучасні інформаційні технології, що використовуються в діяльності туристичної агенції, зокрема онлайн-системи бронювання, соціальні мережі та цифрові засоби просування туристичних послуг.

Практика дозволила краще зрозуміти специфіку роботи туристичної агенції, особливості взаємодії з туроператорами, страховими компаніями, транспортними перевізниками та іншими суб'єктами туристичного ринку. Було отримано уявлення про організацію обслуговування клієнтів, формування туристичного продукту, принципи ціноутворення та важливість високого рівня сервісу для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

У ході проходження практики вдалося розвинути професійні компетентності, удосконалити навички роботи з інформацією, відповідального виконання поставлених завдань, ділового спілкування, організації власної діяльності та роботи в колективі. Отриманий практичний досвід підтвердив важливість постійного професійного розвитку, використання сучасних технологій та індивідуального підходу до кожного клієнта.

Загалом мету та завдання виробничої практики було повністю досягнуто. Практика сприяла формуванню практичних умінь і професійних навичок, необхідних для подальшої роботи у сфері туризму, а також підтвердила актуальність і перспективність обраної професії.

# Список використаних джерел


1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями).

2. Закон України «Про охорону праці» від 14.10.1992 р. № 2694-XII.

3. Кодекс законів про працю України.

4. Внутрішні нормативні документи туристичної агенції «Сандра Тур».