

Звіт з практики

Зробила студентка 3 курсу
спеціальності туризм і рекреація
Кобзей Каріна К242-21

Завдання до практики

- Тема 1. Туристичний продукт (послуга) підприємства
- Тема 2. Організаційно-технологічний процес створення продукту (послуги).
- Тема 3. Документо-правовий супровід туристичного продукту (послуги).
- Тема 4. Технологічний процес на підприємстві при взаємодії з постачальниками послуг.
- Тема 6. Е-комерція туристичного підприємства Методичні рекомендації до виконання
- Індивідуальне завдання

Тема 1. Туристичний продукт (послуга) підприємства

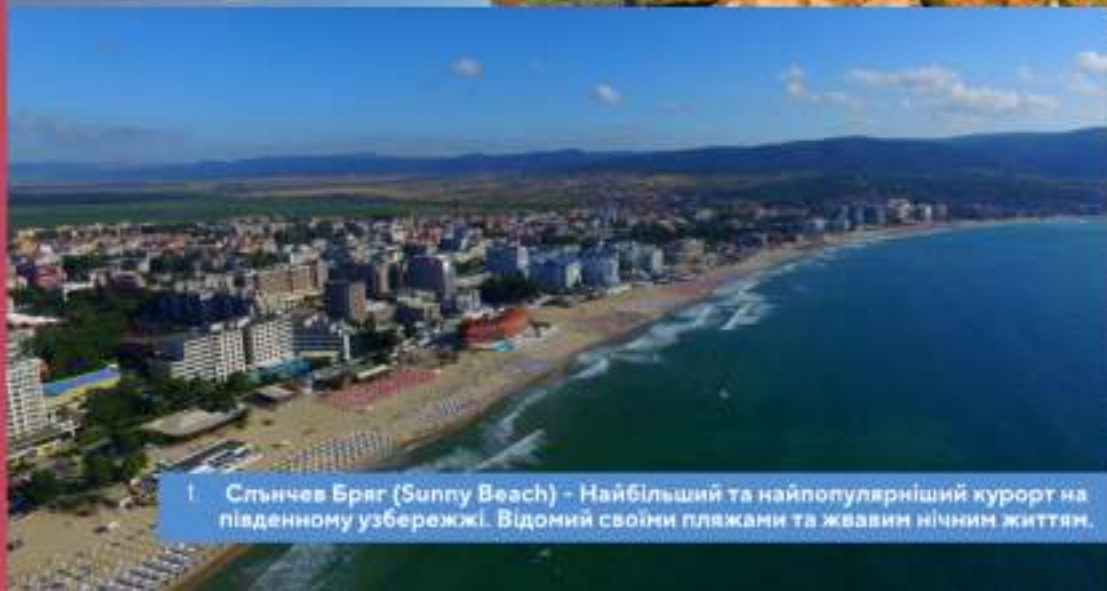


Туризм ->

- пляжний туризм
- гірськолижний туризм
- історико-культурний туризм
- Екологічний туризм



2. Несебр (Nessebar) - Історичне місто, що знаходиться на півострові, красивими пляжами та великою кількістю пам'яток архітектури.



1. Слънчев Бряг (Sunny Beach) - Найбільший та найпопулярніший курорт на південному узбережжі. Відомий своїми пляжами та жвавим нічним життям.



4. Царево (Tsarevo) - Затишне місто з чистими пляжами, підходить для відпочинку з дітьми та для любителів активного відпочинку.



3. Помор'є (Pomorie) - Тихе та спокійне містечко, відоме своїми лікувальними мулами та сіро-рожевими озерами.



1. Золоті Піски (Golden Sands) - Розташований поруч із Варною, цей курорт відомий своїми золотистими пляжами та широким вибором розваг.



2. Албена (Albena) - Сімейний курорт, який пропонує розкішні готелі, гарні пляжі та розваги для всієї родини.



3. Балчик (Balchik) - Мальовниче містечко з величезним Ботанічним садом та прекрасними видами на море

Тема 2. Організаційно-технологічний процес створення продукту (послуги).



Discover your smile

"TUI Bulgaria"

TUI Bulgaria є частиною міжнародної туристичної корпорації TUI Group, яка є однією з найбільших туристичних компаній у світі. На ринку Болгарії TUI Bulgaria зарекомендувала себе як провідний туроператор, що пропонує широкий спектр туристичних послуг.

1. Основний перелік послуг

"TUI Bulgaria" пропонує такі основні послуги:

- Організація туристичних поїздок і турів (пакетні тури)
- Бронювання авіаквитків
- Бронювання готелів
- Трансфери та транспортні послуги
- Екскурсійні програми
- Круїзи
- Прокат автомобілів
- Страхування для мандрівників

2. Основна характеристика та вид діяльності

"TUI Bulgaria" є частиною міжнародної туристичної компанії TUI Group, яка є однією з найбільших туристичних корпорацій у світі. Їх основна діяльність — це організація та продаж туристичних продуктів, включаючи як індивідуальні, так і групові тури.

2.1. Супутні види діяльності

- Пропозиція спеціалізованих турів, таких як медичні тури, спортивні тури, тематичні подорожі (наприклад, весільні або гастрономічні тури)
- Консультації щодо візових питань
- Організація бізнес-турів і конференцій

2.2. Додаткові види діяльності

- Продаж туристичного обладнання та аксесуарів
- Пропозиція ексклюзивних VIP-турів
- Партнерство з місцевими підприємствами для надання знижок та спеціальних пропозицій

3. Кадровий склад підприємства

"TUI Bulgaria" має різноманітний кадровий склад, включаючи:

- Туристичних агентів та консультантів, які допомагають клієнтам обирати та бронювати тури
- Спеціалістів з бронювання та логістики
- Екскурсоводів та гідів
- Маркетологів та менеджерів з продажу
- IT-фахівців для підтримки онлайн-сервісів
- Адміністративний персонал та керівників відділів

4. Організація та технологія повного процесу туристичного продукту

Процес створення та надання туристичного продукту в "TUI Bulgaria" включає кілька етапів:

1. Дослідження та розробка продукту: Аналіз ринку, потреб клієнтів та розробка нових турів і послуг.
2. Бронювання та продаж: Використання сучасних систем бронювання для продажу турів та послуг.
3. Організація подорожі: Координація з готелями, авіакомпаніями, транспортними компаніями та іншими партнерами.
4. Обслуговування клієнтів: Підтримка клієнтів до, під час та після подорожі, включаючи підтримку в надзвичайних ситуаціях.
5. Зворотний зв'язок: Аналіз відгуків клієнтів для покращення якості послуг.

5. Висновки

"TUI Bulgaria" є потужним гравцем на туристичному ринку Болгарії завдяки своїй інтеграції у глобальну мережу TUI Group. Вони пропонують широкий спектр послуг, що дозволяє їм задовольнити потреби різних категорій туристів. Компанія орієнтована на високу якість обслуговування, що забезпечується завдяки професійному кадровому складу та використанню сучасних технологій. Їх супутні та додаткові види діяльності також сприяють підвищенню

Тема 3. Документо-правовий супровід туристичного продукту (послуги).

Перелік документо-правового супроводу туристичного продукту (послуги)

Загальний опис видів туристичних документів:

1. Інформаційні документи:

- Туристична путівка: документ, що містить інформацію про маршрут, програму туру, дати подорожі, вартість туру та контактні дані туристичної компанії.

- Програма туру: детальний опис маршруту, дати та часу проведення екскурсій, місць розміщення, транспортних засобів та додаткових послуг.

- Пам'ятка для туриста: інформаційний буклет, який містить загальні рекомендації, правила поведінки, медичні поради, контактні дані екстрених служб.

- Інформаційний лист про візуальні та митні вимоги: документ, який містить інформацію про необхідні візи, митні правила, що діють у країні перебування.

2. Облікові документи:

- Реєстраційна картка туриста: документ, що містить основні дані про туриста, інформацію про його подорож, а також контактні дані.

- Журнал обліку туристів: документ, у якому фіксуються всі туристи, що користуються послугами турфірми.

- Список туристів: перелік усіх осіб, які беруть участь у турі, з їхніми особистими даними та контактами.

3. Розрахункові документи:

- Рахунок-фактура: документ, що підтверджує оплату за надані туристичні послуги.

- Квитанція про оплату: підтвердження факту отримання оплати від туриста.

- Акт виконаних робіт: документ, який підписується між туроператором та туристом після завершення надання послуг, що підтверджує факт надання послуг.

4. Звітні документи:

- Звіт про проведений тур: документ, який складається після завершення туру і містить інформацію про кількість туристів, маршрути, тривалість подорожі, а також інші важливі аспекти проведеного туру.

- Фінансовий звіт: документ, що відображає доходи та витрати туристичної компанії, пов'язані з організацією туру.

- Звіт про відгуки клієнтів: аналіз відгуків туристів, який дозволяє оцінити якість наданих послуг та виявити можливі недоліки.

Види договорів, контрактів:

1. Договір на туристичне обслуговування: угода між туристичною компанією та клієнтом, яка визначає умови надання туристичних послуг, права та обов'язки сторін, вартість послуг та порядок їх оплати.

2. Договір з готелем: угода між туристичною компанією та готелем, яка регулює умови розміщення туристів, обсяг наданих послуг, ціни та порядок взаєморозрахунків.

3. Договір з транспортною компанією: угода між туроператором та компанією, що надає транспортні послуги (перевезення туристів).

4. Договір з екскурсоводом: угода про надання екскурсійних послуг.

5. Договір страхування: угода між туристом і страховою компанією, яка визначає умови страхування під час подорожі.

Ваучер:

Туристичний ваучер — документ, що видається туроператором туристу і підтверджує його право на отримання певного переліку туристичних послуг (наприклад, проживання в готелі, трансфер, екскурсії). Ваучер містить інформацію про клієнта, дані про замовлені послуги, дати їх надання, контактні дані постачальників послуг та інші важливі відомості.

Додатки з прикладами туристичних документів:

1. Туристична путівка (Приклад):

Туристична путівка №12345

Маршрут: Київ - Львів - Карпати

Дати: 10.07.2024 - 20.07.2024

Вартість: 15,000 грн

Туроператор: "Туристична компанія "Мрія"

Контактні дані: +38 044 123 4567, email: info@mriya-tour.ua

2. Рахунок-фактура (Приклад):

Рахунок-фактура №67890

Платник: Іванов Іван Іванович

Сума: 15,000 грн

Послуги: Тур "Київ - Львів - Карпати"

Дата: 01.07.2024

Підпис: _____

3. Договір на туристичне обслуговування (Приклад):

Договір №54321

м. Київ, 01 липня 2024 р.

Сторони:

Туроператор: "Туристична компанія "Мрія"

Клієнт: Іванов Іван Іванович

Предмет договору:

Надання туристичних послуг за маршрутом Київ - Львів - Карпати у період з 10.07.2024 до 20.07.2024.

Обов'язки сторін:

Туроператор зобов'язується надати послуги, вказані у програмі туру.

Клієнт зобов'язується оплатити послуги у розмірі 15,000 грн.

Підписи:

Туроператор: _____

Клієнт: _____

4. Туристичний ваучер (Приклад):

Туристичний ваучер №98765

Ім'я туриста: Іванов Іван Іванович

Послуги: Проживання в готелі "Карпати", трансфер, екскурсії

Дати: 10.07.2024 - 20.07.2024

Контактні дані готелю: +38 067 123 4567, email: info@hotel-karpaty.ua

Ці приклади та шаблони документів допоможуть орієнтуватися в основних видах туристичних документів і забезпечать належний документо-правовий супровід туристичного продукту.

Тема 4. Технологічний процес на підприємстві при взаємодії з постачальниками послуг.

1. Які надаються послуги постачальниками?

Постачальники туристичного підприємства можуть надавати різноманітні послуги, необхідні для організації туристичних продуктів. Зазвичай це включає:

1. Транспортні послуги:
 - Послуги автобусних перевезень.
 - Трансфери з/до аеропортів, вокзалів.
 - Оренда автомобілів, мікроавтобусів.
2. Проживання:
 - Готелі різних категорій.
 - Хостели.
 - Приватні апартаменти та будинки.
 - Кемпінги та інші види розміщення.
3. Харчування:
 - Ресторани.
 - Кафе та їдальні.
 - Кулінарні студії для гастрономічних турів.
4. Екскурсії та розваги:
 - Послуги гідів-екскурсоводів.
 - Організація екскурсійних програм.
 - Культурні та розважальні заходи (театри, концерти, музеї).
5. Страхування:
 - Туристичне страхування.
 - Медичне страхування.
6. Консультаційні та інформаційні послуги:
 - Послуги з оформлення віз.
 - Консультації з туристичних питань.
7. Технічні та підтримуючі послуги:
 - Оренда туристичного обладнання.
 - Логістична підтримка.
 - Інформаційні послуги (карти, путівники).

2. Які укладені договори з постачальниками послуг?

Договори з постачальниками послуг включають різні типи угод, що забезпечують надання якісних і своєчасних послуг для клієнтів туристичного підприємства. Ось приклади можливих договорів:

1. Договори з транспортними компаніями:
 - Договори на автобусні перевезення.
 - Угоди про трансфери.
 - Контракти з компаніями з оренди автомобілів.
2. Договори з готелями та іншими місцями розміщення:
 - Угоди про бронювання номерів.
 - Договори на спеціальні тарифні плани для туристичних груп.
 - Контракти з апартаментами та приватними будинками.
3. Договори з ресторанами та закладами харчування:
 - Договори на організацію харчування для туристичних груп.
 - Угоди про спеціальні меню та харчові програми.
4. Договори з гідами та екскурсійними агенціями:
 - Контракти з гідами-екскурсоводами.
 - Договори на проведення екскурсійних програм.
5. Договори зі страховими компаніями:
 - Угоди на туристичне страхування.
 - Договори на медичне страхування.
6. Договори з консалтинговими компаніями:
 - Контракти на надання консультаційних послуг з оформлення віз.
 - Угоди про інформаційну підтримку та консультування.

Тема 6. Е-комерція туристичного підприємства Методичні рекомендації до виконання

Інформаційні технології в туризмі

Роль ІТ в технологічному процесі

Інформаційні технології (ІТ) відіграють ключову роль у розвитку туристичного бізнесу. Вони забезпечують ефективну організацію та управління туристичними продуктами і послугами, покращують обслуговування клієнтів та сприяють зростанню бізнесу. Ось кілька ключових аспектів ролі ІТ у технологічному процесі туристичних підприємств:

1. Бронювання та резервування:

- Системи онлайн-бронювання дозволяють клієнтам швидко та зручно бронювати тури, авіаквитки, готелі та інші послуги.
- Інтеграція з глобальними дистрибутивними системами (GDS) для доступу до широкого спектру пропозицій.

2. Маркетинг та реклама:

- Використання цифрового маркетингу, включаючи SEO, контекстну рекламу та маркетинг у соціальних мережах.
- Аналітичні інструменти для оцінки ефективності маркетингових кампаній та поведінки користувачів.

3. Обслуговування клієнтів:

- Системи управління відносинами з клієнтами (CRM) для ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами.
- Чати та онлайн-підтримка для надання миттєвої допомоги та консультацій.

4. Управління бізнесом:

- ERP-системи для комплексного управління ресурсами підприємства.
- Інтеграція різних операційних процесів (фінанси, логістика, управління персоналом) в одну систему.

5. Аналітика та звітність:

- Використання великих даних (Big Data) та аналітичних інструментів для аналізу ринку, поведінки клієнтів та оптимізації бізнес-процесів.
- Генерація звітів для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Аналіз сайту, веб-сторінки та сторінок у соціальних мережах туристичного підприємства щодо юзабіліті-веб

Для аналізу юзабіліті веб-сайту та сторінок у соціальних мережах туристичного підприємства, необхідно оцінити декілька ключових параметрів:

1. Зручність навігації:

- Логічна структура сайту з чітким меню та підменю.
- Легкий доступ до основних розділів (тарифи, послуги, контакти).

2. Візуальний дизайн:

- Сучасний і привабливий дизайн, що відповідає бренду.
- Використання якісних зображень та відеоматеріалів.

3. Мобільна оптимізація:

- Адаптивний дизайн, що забезпечує коректне відображення на різних пристроях (смартфонах, планшетах).
- Швидке завантаження сторінок на мобільних пристроях.

4. Функціональність:

- Наявність зручних форм для бронювання, запитів та зворотного зв'язку.
- Інтеграція з платіжними системами для зручного оплати послуг.

5. Контент:

- Інформативний та актуальний контент, що надає детальну інформацію про послуги.
- Наявність блогів або статей, що сприяють залученню користувачів.

6. SEO-оптимізація:

- Використання ключових слів для покращення видимості в пошукових системах.
- Оптимізація метаданих, заголовків та зображень.

7. Соціальні мережі:

- Активна присутність у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter тощо).
- Регулярні публікації з актуальними новинами, акціями та цікавими матеріалами.
- Взаємодія з підписниками, відповіді на коментарі та повідомлення.

Аналіз результативності е-комерції

Результативність е-комерції можна оцінити за допомогою кількох основних показників:

1. Конверсія:

- Відсоток відвідувачів сайту, що здійснюють покупку або бронювання.
- Аналіз точок відмови у процесі купівлі та оптимізація цього процесу.

2. Середній чек:

- Середня сума, яку витрачає один клієнт на сайті.
- Методи збільшення середнього чека (пропозиції додаткових послуг, знижки на пакети).

3. Трафік:

- Кількість відвідувачів сайту та джерела трафіку (органічний, платний, соціальні мережі).
- Аналіз поведінки користувачів на сайті (час перебування, кількість переглянутих сторінок).

4. Коефіцієнт утримання клієнтів:

- Відсоток клієнтів, що повертаються для повторних покупок.
- Програми лояльності та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів.

5. Показники відмов:

- Відсоток користувачів, що залишають сайт після перегляду однієї сторінки.
- Аналіз причин високих показників відмов та оптимізація відповідних сторінок.

6. Доходи:

- Загальні доходи від продажу послуг онлайн.
- Порівняння доходів від різних каналів продажів.

Приклад аналізу

Для прикладу, розглянемо уявний туристичний сайт "TravelZap":

1. Зручність навігації:

- Сайт має чітке меню з розділами "Тури", "Проживання", "Транспорт", "Про нас", "Контакти".
- Легкий доступ до форм для бронювання.

2. Візуальний дизайн:

- Сучасний дизайн з привабливими зображеннями туристичних місць.
- Використання відео-презентацій турів.

6. SEO-оптимізація:

- Оптимізовані метадані та використання ключових слів для покращення видимості в пошукових системах.

7. Соціальні мережі:

- Активні сторінки у Facebook та Instagram, регулярні публікації з новинами та акціями.
- Взаємодія з підписниками, відповіді на коментарі.

8. Конверсія:

- 5% відвідувачів здійснюють покупки або бронювання.
- Впроваджено поліпшення на сторінках продуктів для підвищення конверсії.

9. Середній чек:

- Середній чек складає \$500.
- Пропозиції знижок на пакети для збільшення середнього чека.

10. Трафік:

- Сайт отримує 10,000 відвідувачів на місяць, більшість з яких приходять з органічного пошуку та соціальних мереж.

11. Коефіцієнт утримання клієнтів:

- 30% клієнтів повертаються для повторних покупок.
- Впроваджено програми лояльності для постійних клієнтів.

12. Показники відмов:

- 40% користувачів залишають сайт після перегляду однієї сторінки.
- Оптимізовано сторінку з основною інформацією та покращено навігацію.

13. Доходи:

- Загальні доходи від онлайн-продажів складають \$50,000 на місяць.
- Відстежуються доходи з різних каналів продажів для оптимізації маркетингових

Індивідуальне завдання

Розробка туристичного продукту на узбережжі Болгарії (Сонячний берег)

Розробка туристичного продукту

- Маршрут:
 - 7 днів, 6 ночей відпочинку на узбережжі Болгарії в Сонячному березі.
- Тип проживання:
 - Готель категорії 4 зірки на узбережжі.
- Транспорт:
 - Проїзд до Болгарії (автобус).
 - Трансфер з автовокзалу до готелю та назад.
- Послуги:
 - Пляжний відпочинок.
 - Відвідування місцевих ресторанів та кафе для дегустації болгарської кухні.
 - Організація екскурсій по Сонячному березі та найближчим культурним місцям.
- Пакевні ціни:
 - Включають переліт, трансфер, проживання, екскурсії, дегустації, пляжний відпочинок.

Калькуляція туру

Припустимо, що тур "Відпочинок на Сонячному березі" має наступні витрати:

- Проживання:
 - \$600 на людину за 6 ночей.
- Транспорт:
 - \$200 на автобусні квитки в обидві сторони
- Трансфер:
 - \$50 на людину за трансфер.
- Екскурсії:
 - \$100 на людину за екскурсії по місцевих культурних місцях.
- Дегустації та харчування:
 - \$200 на людину за дегустації та харчування у ресторанах.
- Маркетинг:
 - \$300 на рекламні кампанії в соціальних мережах та онлайн-майданчиках.

7. Прибуток:

- \$150 на людину.

Загальна вартість туру становить: \$1550 на людину.

Документаційно-нормативний супровід

- Оформлення віз:
 - Консультація та допомога у оформленні болгарської туристичної візи для іноземних туристів.
- Контракти з партнерами:
 - Договір з готелем.
 - Договір з туристичними агентствами.
 - Договір з постачальниками транспортних послуг.
- Дозволи:
 - Отримання дозволів на організацію екскурсій та інших туристичних заходів.

Канали збуту

- Туристичні агентства:
 - Партнерство з туристичними агентствами для просування туру.
- Соціальні мережі:
 - Просування туру через Facebook, Instagram та Twitter для залучення аудиторії.
- Рекламні майданчики:
 - Розміщення реклами на спеціалізованих онлайн-платформах для туризму.
- Сайт та е-комерція:
 - Онлайн-продаж на власному веб-сайті туристичного підприємства.
- Партнерство з блогерами та інфлюенсерами:
 - Просування туру через популярних блогерів та інфлюенсерів у галузі туризму.

Можливості е-комерції

- Онлайн-бронювання:
 - Відкрити функціонал онлайн-бронювання на власному сайті для покупців туру.

2. Оплата онлайн:

- Приймати онлайн-платежі через платіжні системи, такі як PayPal, кредитні картки тощо.

3. Розробка мобільного додатку:

- Розробка мобільного додатку для онлайн-бронювання та обслуговування клієнтів у режимі реального часу.

4. Онлайн-консультації:

- Надання клієнтам можливості отримати консультації та інформацію через чат або відео-дзвінки.

5. Аналітика та персоналізація:

- Використання аналітики для персоналізації пропозицій та оптимізації маркетингових кампаній.

6. Партнерство з міжнародними платформами:

- Просування туру на міжнародних туристичних платформах, які спеціалізуються на організації подорожей до Болгарії.



Міністерство
цифрової трансформації
України



Освіта



НАДС

#C0067165982

Сертифікат



отримує

Кобзей Каріна

за успішне проходження освітнього серіалу
Безбар'єрність у галузі гостинності

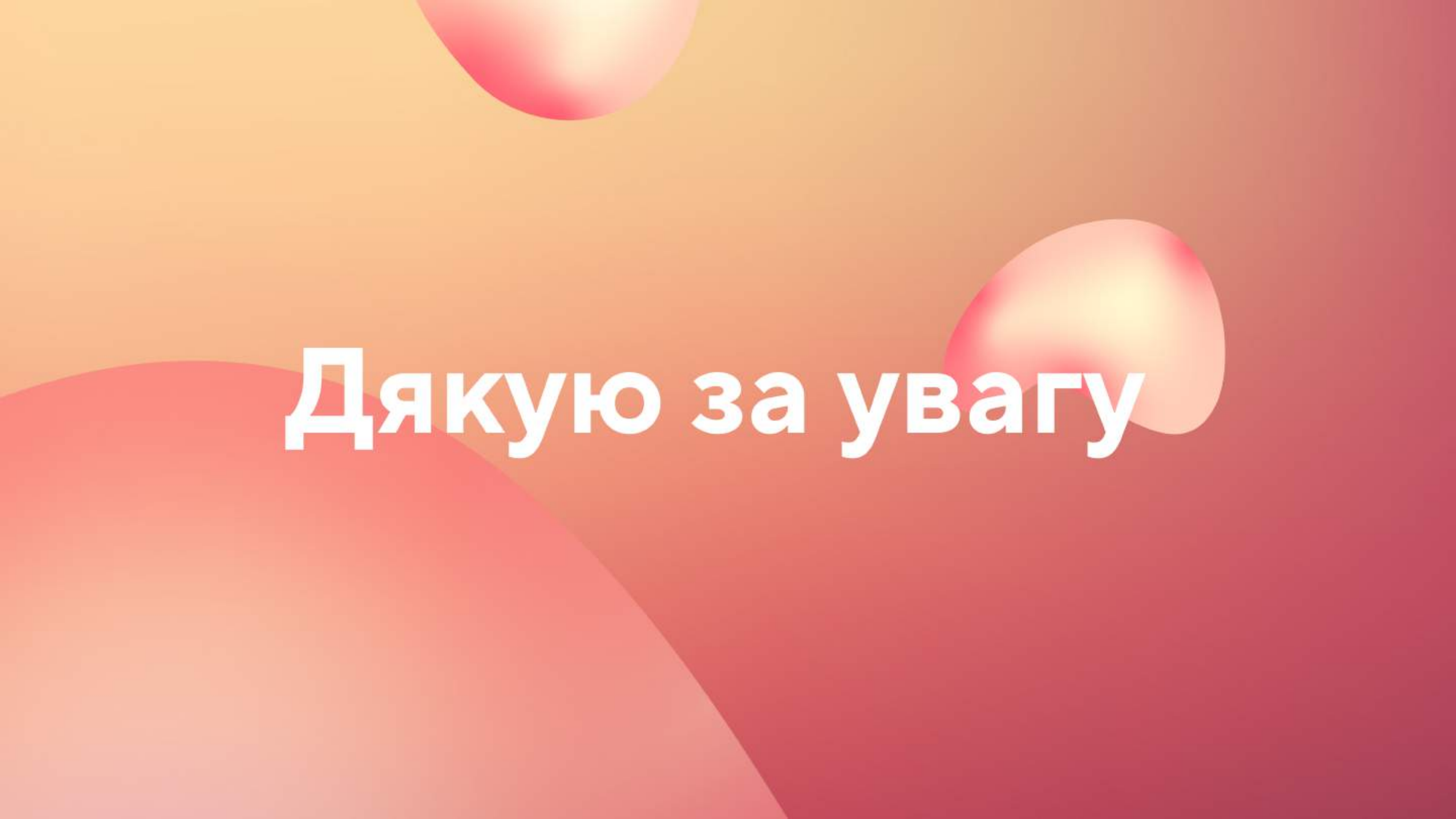
Отримано 0,1 кредиту ЕКТС.

13 червня 2024

Дія.Освіта: нові навички — нові професії

Втілено за підтримки





Дякую за увагу