

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА
Рецензент,
директор ООО «Бас Сервис Тур»

_____/И.В. Неклюдова/
«__» _____ 2019

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
«__» _____ 2019 г.

Проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ ЮУрГУ–43.04.02.2019.041. ПЗ ВКР

Консультанты

Безопасность жизнедеятельности,
ст. преподаватель

_____/И.А. Горбунова/
«__» _____ 2019 г.

Экономическая часть,
к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина/
«__» _____ 2019 г.

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент

_____/О.В. Котлярова/
«__» _____ 2019 г.

Автор ВКР, студент группы СТ-551

_____/А.А. Ухальская/
«__» _____ 2019 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель

_____/М.Н. Малыженко/
«__» _____ 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Ухальская А.А. Проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район. – Челябинск: ЮУрГУ, СТ-551, 2019 – 95 с., 7 табл., 5 прил., библиогр. список – 48 наим., буклет, 1 презентация – CD-RW, 1 электр. верс. ВКР – CD-R.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью проектирования гастрономического тура в Сочинский туристский район.

В работе рассмотрено понятие «гастрономический туризм», проведен анализ гастрономических туристских центров в Сочинском туристском районе; разработана модель гастрономического тура; проведено технико-экономическое обоснование, а также рассмотрено обеспечение безопасности туристов во время реализации тура.

В качестве иллюстративного материала разработан рекламный буклет с объектами программы тура.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА	
1.1 Понятие и сущность гастрономического туризма.....	11
1.2 Анализ гастрономических туристских центров в Сочинском туристском районе.....	20
1.3 Обоснование модели проектирования гастрономического тура в Сочинский туристский район.....	39
Выводы по главе один.....	46
2 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В СОЧИНСКИЙ ТУРИСТСКИЙ РАЙОН	
2.1 Характеристика разработанного туристского продукта	48
2.2 Техничко-экономическое обоснование стоимости тура	65
2.3 Обеспечение безопасности туристов во время реализации тура	71
Выводы по главе два.....	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	84
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	86
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Технологическая карта маршрута.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Информационный лист туристской путевки.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Образец рекламного буклета.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Электронная версия ВКР	
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Презентация к ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, полученными от путешествий. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи, кухню и традиции разных народов.

Вместе с тем туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. Поэтому анализ современного состояния туристского рынка, перспектив его развития и вклада туризма в мировую и национальную экономику чрезвычайно важен.

Углубленное познание рынка туризма начинается с базовых понятий, которые имеют основополагающее значение для понимания туризма как экономической системы и механизма его функционирования в целом. Одним из них является понятие туристского продукта – комплекса туристских услуг, необходимого для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Именно от того, насколько привлекателен турпродукт, зависит прибыльность и продолжительность бизнеса любого туристического предприятия.

Здесь важную роль играет исследование действительного и постоянного спроса на туристском рынке (исследование моды, привязанности, предпочтений и так далее), на основе которого генерируются идеи относительно нового турпродукта и претворяются в жизнь. Ведь интересный, уникальный продукт – ключевой фактор успеха конкуренции туристической фирмы в своеобразной битве за покупателей.

При создании турпродукта необходимо четко понимать, что в действительности будет покупать турист, ведь он оплачивает не гостиничное размещение, а новые ощущения, эмоции, уют, внимание, располагающую обстановку.

Разработка туристского продукта – достаточно сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий.

В последнее время стали набирать популярность гастрономические туры. Увеличение роли пищи и питания как формы потребления вместе с глобальными процессами на мировом рынке привели к тому, что кухни мира вместе с ассортиментом продуктов питания стали более доступными. Такое стремительное развитие обусловило увеличение интереса к коренной и уникальной еде, пищевым продуктам и кулинарным дестинациям настолько, что все больше людей выбирают путешествия с целью попробовать местную кухню или блюда «звездного» местного шеф-повара.

Для многих туристов гастрономия стала важнейшей частью туристических впечатлений, независимо от того, возвращаются ли они в знакомые турнаправления, чтобы насладиться блюдами, которые уже попробовали и знают, или совершают дальние путешествия в поисках новых и особых кулинарных ощущений.

Сочинский район это совокупность туристских ресурсов, здесь есть все, для того чтобы отдохнуть и насладиться туризмом во многих его проявлениях. Субтропический климат, Черное море, горы и горный мед, развитая инфраструктура, вкусная кухня разных народов, проживающих в Сочинском районе и виноделие. Сочи – популярное место отдыха, однако на туристском рынке Челябинска готовые предложения гастрономического тура на курорт отсутствуют. Поэтому проектируемый гастрономический тур является актуальным и перспективным для реализации в г. Челябинск. Все это обуславливает выбор темы выпускной квалификационной работы «Проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район».

Теоретико-методологическая база исследования включает работы: Абрамкиной Т.Н., Аганиной А.А., Драчевой Е.Л. по гастрономическому туризму его тенденциям и перспективам. Информация по гастрономическим туристским объектам представлена в работах Артюхова С.А., Дороватовский С.П., Линьковой

А.А. Теоретической базой выпускной квалификационной работы послужили труды таких авторов, как Н.Ю. Веселова, М.А. Жукова, И.Ф. Карташевская, Ю.А. Колесова, И.И. Пядушкина, которые раскрывают основные вопросы индустрии туризма, обобщают многолетний опыт развития туристского дела в России, истории, методики проектирования и реализации туров.

Экономические отношения, возникающие при формировании туристических услуг представлены в трудах Дмитриева М.Н., Балабанов И.Т., Лопаревой А.М. Особое внимание безопасности жизнедеятельности уделяют Биржаков М.Б., Маринин М.М., Гуляев В.Г.

Кроме того, основой проектной деятельности и туристского обслуживания является нормативная и стандартная документация, изложенная в стандартах по профессиональной деятельности в сфере туризма. Также базой исследования послужили официальные сайты Сочинского туристского района в сети Интернет.

Цель выпускной квалификационной работы – проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район.

Объект – гастрономический туризм.

Предмет работы – технология разработки гастрономического тура.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить материалы технологической деятельности по проектированию туристских услуг;
- провести анализ гастрономических туристских центров Сочинского района;
- разработать модель гастрономического тура;
- произвести технико-экономическое обоснование стоимости турпродукта.

Для реализации поставленных задач использовались следующие методы:

- аналитический (анализ литературы, правовых документов по туризму, интернет-ресурсов);
- эмпирический (изучение практического опыта проведения подобных туров);
- коммуникативной (опрос работников туристской индустрии);
- математический (расчет технико-экономических показателей);

- картографический (работа с картографическим материалом при проектировании маршрута).

Новизна работы заключается в разработке нового турпродукта, в систематизации информации о гастрономических объектах Сочинского района на основе которых разработана программа и обоснована модель гастрономического тура; разработан рекламный буклет.

Практическая значимость заключается в том, что разработанный гастрономический тур в Сочинский туристский район может быть в перспективе использован для реализации турфирмой.

Структура выпускной квалификационной работы отражает общую логику исследования и включает введение, две главы, заключение, библиографический список, приложения.

1 ТОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА

1.1 Понятие и сущность гастрономического туризма

Туристы в настоящее время уже знакомы с понятием гастрономический туризм. Сам термин «гастрономия» возник давно. В 1801 году во Франции этот термин использовался, обозначая науку, которая связывает пищу и культуру. Зачастую путают два понятия кулинария и гастрономия, они отличаются. Гастрономия скорее обозначает искусство, а кулинария ближе к особенностям приготовления, рецептуре. В туризме зачастую эти два термина обозначают один и тот же вид туризма – гастрономические туры часто называют кулинарными.

Широкое количество интерпретаций гастрономии можно рассматривать с двух точек зрения, которые так или иначе связаны друг с другом:

- гастрономия, изучает то лучшее, что есть у кулинарии;
- гастрономия это дисциплина, которая включает в себя все, аспекты, касающиеся питания, в том числе еду и напитки.

В настоящее время гастрономию больше воспринимают во втором понятии, именно содержание питания в этом определении превалирует. Питание всегда было составляющей частью путешествий. Делая акцент на особенностях той или иной кухни турфирмы предлагают на рынок изысканные гастрономические туры. Гастрономический туризм стал одной из прибыльных статей в экономике тех стран, которые поняли его особенность. Именно поэтому все большее количество туристских операторов предлагают к продаже различные гастрономические туры на гастрономические фестивали или в сочетании с кантри туризмом или этнографическим туризмом.

В настоящее время под гастрономическим туризмом подразумевается поездка с целью знакомства с особенностями национальной кухни, с особенностями приготовления редких блюд, с целью дегустации особенных блюд, с целью повышения своих профессиональных навыков.

Под кулинарным или гастрономическим туром понимают тур, в котором присутствует специально подобранная программа, включающая кулинарный отдых и дегустацию блюд и напитков, а также знакомство и обучение у профессионалов высокого уровня с технологией и рецептурой приготовления блюд и напитков. В тур могут входить все перечисленные выше пункты, в зависимости от цели поездки. Часто гастрономические туры проходят в той или иной стране, где в это время проводится гастрономический фестиваль, ярмарки, гастрономические праздники.

В 1998 году было введен в терминологию понятие кулинарный туризм. Он был впервые использован доцентом кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонгом. А уже в 2003 году Эриком Вульфом была основана Международная ассоциация гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association). Он является президентом этой ассоциации по настоящее время. Уже в 2012 году термин кулинарный туризм был заменен на термин гастрономический туризм. Это произошло потому, что большинство американцев, а именно в их среде было проведено исследование Международной ассоциацией гастрономического туризма, считало, что этот вид туризма доступен только элите общества. С этого года стали использовать новый термин гастрономический туризм. Он объединил объединяющий продовольственные магазины, уличных торговцев, пабы для местных жителей, винные заводы, единственные в своем роде рестораны в одно понятие.

Основная цель гастрономических туров состоит в том, чтобы получить приятные впечатления от потребления блюд кухни той или иной страны. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество блюд. Основная задача сводится к тому, чтобы попробовать блюда, которые сочетают в себе рецепты, сделанные в соответствии с традициями, обычаями местных жителей, с их культурой приготовления пищи.

Что касается Сочинского туристского района, то кухня здесь богата и разнообразна. Кухня в Сочи – это, как и другие области жизни города: смешение стилей – эклектика. Здесь можно встретить и армянскую, и грузинскую, и греческую, и русскую культуры. Каждая из них привнесла в гастрономический вкус города своё небольшое, но весьма вкусное влияние. Существует в городе целое понятие – кавказская кухня, включающее в себя традиционные южные шашлык, зелень и сыры. Но, если туристы гурманы и просто шашлык их не удовлетворит, то следует попробовать не просто кавказскую кухню, а кухню каждого народа, проживающего на территории города. А всего в городе проживает 109 (сто девять) национальностей.

Итак, что можно попробовать в ресторанах города? Армянский ресторан славится своим салатом ткебули, печеными хачапури, долмой, прохладным айраном и знаменитыми коньяками, привезёнными с родины Арарата. Грузины порадуют туристов шашлыком, хинкали, хачапури нарта, жареными баклажанами с орехом, морем зелени, разнообразием сыров и знаменитыми грузинскими винами саперави, хванчкара и киндзмараули, привезёнными с самой Грузии. Любители крепких напитков с удовольствием отведают виноградную чачу. Посещение грузинского ресторана оставит у Вас сладкое послевкусие – праздника живота.

Греческая кухня города заинтересует тех, кто едет отдыхать в посёлок Красная Поляна – место компактного проживания греческой диаспоры. Сыры, и слабое виноградное вино напомнят Вам вкус средиземноморского Пелопоннеса. Есть в городе и греческий фастфуд. Если турист ограничен во времени для застолья, то есть возможность на бегу перекусить сувлаком – лепешкой, наполненной шашлыком, зеленью и вкусным белым соусом.

8 (восемь) процентов населения города – это украинцы. Украинская кухня – это знаменитые всем борщи, сало, галушки и жирная сметана.

В настоящее время кубанскую кухню можно попробовать не только в ресторанах города, но и в обыкновенных столовых на территории Краснодарского края. Столовых в городе большое количество, все они не дорогие и имеют

качественное хорошее питание. Город Сочи выгодно отличается от остальной территории Краснодарского края дешевизной и качеством общественного питания.

Какие же кулинарные изыски ещё готовит город Сочи?

Сочи – город приграничный. Граничит он с Республикой Абхазия. Абхазскую кухню можно попробовать, отправившись путешествовать по Республике: хачапури нарта, различные пхали и мясные солянки, загадочная мамалыга (абхазский хлеб). Абхазия – это страна где нет первых блюд, даже традиционную в понимании русских жидкую солянку можно вымакивать хлебом и наслаждаться колоритом специй и мясным разнообразием. Изумительно вкусно и безобразно сытно. Здесь мы прощаемся со стройной фигурой, потому что побывать в Абхазии и не попробовать хачапури-лодочку, это кощунство. Огромная «лодка» прямо из печки, полная сыра, масла.

Лазаревский район города – это вотчина коренного населения Сочинского Причерноморья – адыгов. Здесь можно попробовать вкуснейшие халюши (жареные чебуреки с сыром), мягчайшее тушеное мясо и необычную бузу (водку, которую делают из кукурузы и пьют только по большим праздникам).

Аутентичные продукты, характерные только для города Сочи. Сочи город морской, здесь ловят барабулю, ставриду, хамсу, черноморскую камбалу и пеленгаса. Фирменным сочинским блюдом является черноморская шхара. На дно глубокой сковородочки укладывают кольцами лучек, сверху рядами мелкую рыбешку (барабулю, ставриду) – братская могила. Хорошие хозяйки добавляют мелко порезанные помидорчики и картошечку и все это художественное безобразие запекается в печке или духовке. Очень вкусно.

В последнее время всесезонный курорт Роза Хутор развивает марку местных продуктов, здесь можно попробовать копченые черкесские груши или местный каштановый краснополянский мед – фирменный мед сочинского региона.

Обычно объектами гастрономического туризма являются:

- страны, города, области, кухня которых является наиболее популярной в мире (на Международная ассоциация гастрономического туризма, данный момент

самыми популярными странами являются Франция, Италия, Испания, Япония, Китай);

- страны, регионы, известные продуктами, производящимися только в этой местности. Например, такие регионы Франции как Бордо, Эльзас, Бургундия, Шампань, входящие в классификацию Appellation d'Origine Controle (название продуктов по месту их производства) известны своими уникальными винами. Голландские города Гауда и Эдам, в которых производятся сыры;

- города, которые часто называют, «ресторанными городами». Основным критерием выделения таких регионов является наличие предприятий питания представляющих разнообразные виды кухонь, стилей и форматов. Например, Лондон, Нью-Йорк, Париж, Рим, Брюссель, Барселона, Гонконг, Токио, Сан - Франциско, Новый Орлеан. Для того, чтобы город мог получить статус «ресторанного города» он должен соответствовать критериям, а именно должен иметь уникальную кухню, которая определяет гастрономическую культуру, также в городе должна существовать определенная масса людей, которые готовы тратить деньги на рестораны. Это могут быть как местные жители, так и туристы; В этом городе статус лучших ресторанов не должен находиться под сомнением. Лучшие рестораны города должны быть в своем роде уникальными; и обязательно должно быть определенное количество ресторанов высшего класса. Стандарты качества, оформление, роскошная отделка должна быть очень высока;

- объектами гастрономического туризма могут быть отдельные рестораны, которые выделяются качеством и эксклюзивностью кухни, оригинальным меню. Они также могут иметь статус «лучших». Например, обладатели трех звезд ресторанного гида «Мишлен»: «Ла Пергола» в Риме, Италия, «Фэт Дак» в городе Брей, Великобритания, «Коджу» в городе Токио, Япония. Эксперты посещают рестораны инкогнито и судят по самым строгим и объективным критериям. Затем создается профессиональный рейтинг ресторанов. Звезды «Мишлен» означают следующее: одна звезда – ресторан заслуживает остановки по пути. Две звезды – стоит сделать крюк. Три звезды – поездку планируется специально для посещения данного ресторана. Гид «Мишлен» – это самый авторитетный справочник

ресторанов с безупречной репутацией, он является почти стопроцентной гарантией качества и уникальности представленной в ресторане кухни;

- объектами гастрономического туризма могут быть предприятия, известные своей кулинарной продукцией. Например, знаменитые монастырские пивоварни «Андекс» и «Этгаль», расположенные в Верхней Баварии, Германия и самая большая в мире фабрика по производству шоколада «Альпрозе» в Швейцарии;

- объектами гастрономического туризма могут быть учреждения, предоставляющие образовательные услуги по различным направлениям кулинарии и гастрономии. Например, Высшая школа итальянской кухни (Italian Cuisine High School), французская академия кулинарного искусства «La Cordon Bleu»;

- объектами гастрономического туризма могут быть различные кулинарные мероприятия. Такие как: фестивали, ярмарки, праздники, дегустации, мастер-классы, выставки, конференции. Например, всемирно известный пивной фестиваль «Октоберфест» в Баварии, рождественские ярмарки, открывающиеся в ноябре в таких городах как Кельн, Дрезден, Будапешт, Нюрнберг. Для представителей гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса ежегодно проводятся различные конференции и салоны: международная кулинарная конференция, организуемая Международной ассоциацией кулинарного туризма, Международный кулинарный салон «Мир Ресторана и отеля».

Обычно целевая аудитория гастрономических туров охватывает:

- туристов, которые хотят приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню;

- туристов, которые считают себя гурманами;

- туристов, которые используют кулинарный тур для прохождения обучения и повышения профессиональных навыков (повара, сомелье, рестораторы, дегустаторы);

- сотрудники туристских фирм, которые путешествуют с целью изучения данного туристского направления.

Гастрономический туризм можно условно разделить на два вида: городской и сельский. Принципиальное отличие состоит в том, что, уезжая, в сельскую местность турист надеется продегустировать экологически чистый продукт. Например, «экологические» туры предлагают сбор ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах, охота на трюфеля или прогулку по дорогам виноделия. Также городской гастрономический тур может включать в себя посещение маленького колбасного цеха или кондитерской фабрики, ресторанчика при ней, где выпускается продукция или готовится деликатесное блюдо.

По версии World Food Travel Association в настоящее время можно также выделить 12 категорий гастротуризма:

- кулинарные развлечения;
- кулинарные школы и мастер-классы;
- кулинарные направления;
- кулинарные заготовки;
- кулинарные события;
- кулинарные медиа;
- кулинарные заготовки;
- гастрономические магазины;
- гастрономические туры от агентств;
- гастрономические заведения;
- гастрономические клубы;
- фермерские рынки.

Производство пищевых продуктов.

Подробное изучение гастрономического туризма дает более обобщенную классификацию. Она включает в себя гастрономические туры, разбитые на 6 критериев. Обобщенно гастрономический туризм шесть основных направлений:

- гастрономический тур по сельской местности;
- ресторанный тур;
- образовательный тур;

- экологический тур;
- событийный тур (фестивали);
- комбинированный тур.

Гастрономический тур по сельской местности – это такой вид тура, который предлагает туристам временное пребывание в сельской местности с целью дегустации блюд местной кухни и продуктов. Эти блюда и продукты должны быть произведены в этом регионе. Также такой тур может включать участие в сельскохозяйственных работах. Обязательным условием данного тура являются средства размещения туристов. Они должны быть индивидуальные или специализированные. Они должны находиться в малых городах или в сельской местности без многоэтажной застройки. Например в местечке Сан - Миниато, в Италии туристам, приехавшим в гастрономический тур, предлагается «охота на трюфеля» с использованием специально обученных свиней. Сейчас все чаще туристы меняют свои предпочтения и выбирают вместо отдыха по формуле «SSS» (Sun – Sea – Sand) солнце – море – песок, отдых типа «LLL» (Landscape – Lore – Leisure) пейзаж – традиции – досуг. Подобные туры интересны не только своей гастрономической составляющей, но и тем, что дают возможность посредством еды и продуктов погрузиться в повседневную жизнь местных людей, узнать их привычки, порядки, обычаи, подчас удивительные и непонятные представителям другого языка и культуры.

Ресторанный тур это поездка, основанная на посещении наиболее популярных и известных ресторанов. Эти рестораны должны отличаться высоким качеством, эксклюзивностью кухни, а также национальной направленностью. Среди «ресторанных» городов на первом месте, находится Париж. Этот город является также столицей моды, не только в смысле одежды, но и в кулинарном смысле тоже. Посещение знаменитых рестораторов, таких как Алена Дюкасса, Мишеля Труагро, Пьера Гарнье и других, дает туристам представление о французской кухне.

Образовательный гастрономический тур – это тур, целью которого является обучение кулинарному искусству в специальных образовательных учреждениях с

кулинарной специализацией, а также посещение кулинарных курсов и мастер – классов. Например, известная французская кулинарная школа «Le Cordon Bleu» совместно с гостиницей «Four Seasons Hotel George V» предлагает программу под названием «Открытие французской кухни» 5 ночей в парижском паласе с пятидневными кулинарными курсами в самой школе.

Экологический гастрономический тур – это тур, включающий посещение экологически чистых хозяйств и производств. Также предполагает знакомство с экологически чистыми продуктами и их производством. Экологическое направление сейчас особенно развито в Германии, во Франции, Швейцарии, Англии, и США. Поэтому туристы чаще всего направляются именно в эти страны.

Событийный гастрономический тур – это тур, ориентированный на посещение определенной местности и в определенное время. Обычно он проводится с целью участия в общественных и культурных мероприятиях с популярной гастрономической тематикой: выставки, ярмарки, шоу, фестивали, праздники. Например, августовская «Tomatina» в Испании, июльский фестиваль дыни «Cavaillon» во Франции, городе Кавайон .

Комбинированный гастрономический тур – это поездка, включающая несколько перечисленных выше направлений. Комбинированные туры подходят для туристов «со стажем», тех, кто уже знаком с гастрономией той или страны, в противном случае тур может оказаться информативно перенасыщенным. Примером может послужить объединенный тур во Франции. В этом туре в первые дни туристы посещают парижские рестораны, затем несколько дней обучаются в кулинарной школе у лучших поваров, а затем уезжают вглубь Франции знакомиться с выращиванием трав в Провансе или с производством сидра в Нормандии. Число посетителей гастрономических фестивалей Европы в 2009 году, тыс. человек.

Большую роль в распространении гастрономического туризма сыграли средства массовой информации, демонстрирующие путешествия и таким образом, привязывающие туристов к питанию. Существует круглосуточный телеканал – Фуд Нетворк, который объединяет еду и путешествия.

1.2 Анализ гастрономических туристских центров в Сочинском туристском районе

Для гастрономического туриста еда – в первую очередь категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона.

Эногастрономический туризм в Краснодарском крае с каждым годом становится все более популярным среди туристов. В этом году Кубань вошла в проект Ростуризма «Гастрономическая карта России». В проект будут включены знаковые объекты гастротуризма Кубани. Целью «Гастрономической карты» является знакомство туристов с культурой и обычаями с помощью национальной и региональной кухни. Проект также предполагает продвижение туристского потенциала края на региональном, федеральном, международном уровнях в части сельского и эногастрономического туризма и информационную поддержку. В апреле 2017 года было подписано соглашение с автономной некоммерческой организации по развитию национального туризма «АгроЭкоТуризм» по участию Краснодарского края в «Гастрономической карте России».

Рассмотрим объекты эногастрономического туризма в Краснодарском крае.

Ферма сидра «сидрерия чибий»

Ферма Сидра появилась в 2015 г. в предгорьях Северского района. На территории 60 гектар яблоневого сада для дневного отдыха расположены беседки с мангалом, для детей организованы батуты, для взрослых прогулки на квадроциклах с инструкторами, на ферме опытные мастера поделятся с туристами навыками производства Сидра. Проект еще в процессе становления, но уже сейчас достоин внимания и его стоит посетить. На территории сидрерии свежий воздух которого так не хватает в городах, и восхитительная природа. А самое главное здесь можно отведать и взять с собой вкусный сидр.

«Атамань»

Вся «Атамань», а ее площадь равна 60 гектарам, действительно живет. С мая по октябрь открыты двери сотен гостеприимных хат: там – песни и танцы народов Северного Кавказа, здесь – казачьи обычаи и обряды, народные игры и развлечения. Добрые герои казачьих баек и сказочные персонажи всегда готовы к встрече гостей и фотосессиям. Подворья, устройство дворов, жилища и хозяйственные постройки оформлены под старинные строения. Внутреннее убранство хат и подворий наполнено различными предметами материальной культуры кубанского казачества. С каждым годом комплекс пополняет коллекцию архитектурных строений и предметов быта. Сотрудники разработали разнообразные экскурсионные маршруты для посетителей. Открыты кузнечные и гончарные мастерские, сувенирные лавки, кафе.

Основная часть краевых фестивалей народного творчества проходит в «Атамани»: фестиваль кубанской кухни и сала, конкурсы красоты среди казачек «гарна молодычка», фестиваль свадеб, фолк-арт фестиваль «Истоки», «Зеленые Святки. Троица», краевой фестиваль народной игрушки и детских традиционных игр «Кубанские потешки», «День станицы «Атамань» и другие. Но самый яркий и запоминающийся, главный фестиваль сезона – «Легенды Тамани».

Казачья кухня всегда славилась своим разнообразием. Во время походов в Турцию и Персию, воинской службы в разных уголках мира казаки впитывали обычаи европейской, кавказской и восточной культуры, в том числе и культуры застолья, и привозили их на Родину.

Стол ломился от яств, когда казаков встречали после походов или ждали желанных гостей. Мясо, птица, дичь, мочёные яблоки, заправленные каймаком и арбузным медом, и, конечно же, рыба, которой были богаты устья и дельты кубанских рек.

Будучи непритязательными в еде и соблюдавшие все посты, казаки все же любили вкусно поесть и угостить гостей. Данную традицию казачество чтит до сих пор, именно поэтому все харчевни, находящиеся в «Атамани» уделяют

большое внимание тому, как и чем они будут угощать уставших от казачьих забав гостей «Атамани».

Супы с галушками, борщ с чесночными пампушками, пироги, манники, вареники с разнообразными начинками, соленья, «вергуны», шашлык, пироги, ну и конечно же сало – это далеко не полный список тех блюд, которые могут предложить вам в «Атамани».

Трактир «Цибулька»

Трактир «Цибулька» – это традиционная кубанская кухня, просторное цветущее подворье.

Трактир «Цибулька» находится на территории этнографического комплекса «Атамань» с 2009 года. Он расположен на центральной улице станицы с видом на Таманский залив и выходом на ярмарочную площадь «Дурныця». Трактир «Цибулька» – это традиционная кубанская кухня, просторное цветущее подворье, гостеприимная хата, настоящий огород, а также козы и куры. Фирменное блюдо: шашлык в шашке.

Предоставляемые услуги: организация и проведение праздничных мероприятий в традиционном казачьем кубанском стиле: свадьбы, крестины, дни рождения, посажение на коня, посвящение в казаки; кейтеринг в казачьем стиле, развлекательная программа с участием казачьих фольклорных коллективов, кулинарные мастер-классы традиционной кубанской кухни.

Мастер-класс по копчению в «дымарне». Ароматнейшее копченое салъцэ с мясной прослойкой. Копченая рыбка, переливающаяся янтарем на солнце. От этих слов разыгрываются гастрономические фантазии и в воображении возникают аппетитнейшие образы. Сложно представить стол без подобного рода угощений. В данном мастер-классе турист увидит настоящую коптильню в работе и научится готовить рассол для сала. А также узнает как соорудить коптильню на своем дворе. По выходным работает дымарня.

Узнать побольше о способах и особенностях копчения мясной и рыбной продукции, гость сможет на подворье дымарня. Радужный прием и погружение в кубанский колорит обеспечены.

Обряд «хлеб-соль»

Хлеб – символ жизни, важная еда для казаков. О нем есть много пословиц: «Хлеб - всему голова», «Хлеб и вода - казацкая еда». Сочетание хлеба и соли у многих народов играло роль ёмкого символа: хлеб олицетворяет богатство и благополучие, а соль защищает от враждебных сил и чар. Угощение гостя хлебом-солью устанавливало между ним и хозяином дружеские доверительные отношения; отказ же от них расценивался как оскорбительный жест.

Встреча с хлебом и солью – знак того, что гостю безмерно рады, и ему дают все самое лучшее.

Все это вы сможете почувствовать на себе. В трактире туристов радушно встретят с хлебом и солью по всем законам кубанского гостеприимства. Для гостей будут открыты центральные ворота, пройдя через которые, вас встретит ансамбль «Атаманочка» – визитная карточка этностаницы. Туристов поприветствуют на «балачке» – родном языке черноморских казаков, угостят вкуснейшим, приготовленным в печи, караваем и споют задорные кубанские песни.

Ферма «Экзархо»

Агротуристический комплекс «Ферма Экзархо» расположен в горах на высоте 450 метров над уровнем моря, с трех сторон окружен Национальным парком. Здесь выращивают вкусные органические овощи и фрукты, занимаются разведением домашних животных и птицы, получают вкуснейшее молоко и молочные продукты от коз и коров, занимаются фитнесом и спортом. А еще с удовольствием встречают туристов со всех уголков страны и мира.

На сегодняшний день комплекс – это не только фермерское хозяйство и конноспортивный клуб, это новая популярная достопримечательность курорта.

На территории организованы экскурсии по ферме и конному комплексу, где туристы могут покормить и погладить животных.

Увлекательные конные прогулки в горы оценит каждый гость фермы, увидев красоту Сочи с высоты птичьего полета. Маршруты прогулок проходят по самым живописным и красивым местам Национального парка.

На территории у туристов есть возможность попробовать чудесные вегетарианские сыры и другую молочную продукцию местного производства. Специально для дегустаций на ферме построили беседки с прекрасным панорамным видом.

Фермерский ресторан органического питания

На местном хозяйстве открыт фермерский ресторан органического питания – все, что выращивается на грядках и в саду, что производится из молока козочек и коров теперь можно попробовать в этом ресторане.

Красивый панорамный вид, уникальная фермерская кухня, волшебная энергетика, гармония – это все можно ощутить всеми своими органами чувств. Фермерские вегетарианские сыры из козьего и коровьего молока, приготовленные без консервантов, стабилизаторов, загустителей и т.п. не оставят туристов равнодушными. Буратта, моцарелла, качотта, сулугуни, брынза, альпийский, твердый козий и коровий сыры – сделаны абсолютно из цельного фермерского молока без использования сычужного фермента – вкусная еда для вегетарианцев и для всех любителей и ценителей сыра. Широкий ассортимент местных вин прекрасно дополнит гастрономическое удовольствие гостей. На ферме готовят из свежих продуктов местного производства и продуктов, произведённых в Краснодарском крае с любовью для гостей.

Ресторан-музей «Стань»

Ресторан «СТАНЬ» напоминает музейный комплекс. В ресторане все повествует об истории казачьего края: композиция на входе известного скульптора А.А. Аполлонова, внутреннее убранство помещений, где собраны эксклюзивные коллекции картин XX века именитых кубанских художников. В витринах – костюмы казаков, воссозданные по старинным эскизам. Предметы быта, утварь, отделка стен – все говорит о самобытной атмосфере ресторана, а одежда обслуживающего персонала способствует более глубокому погружению в атмосферу казачьего быта.

В 19 веке в Екатеринодаре жил хлебосольный атаман, отличавшийся европейскими манерами.

В доме атамана трудились лучшие кухари Кубанского края. Наряду с ними в штате было несколько профессиональных поваров из Европы и Азии, которые готовили обильные и необыкновенно вкусные званые обеды в честь важных гостей Казачьего войска. Поваров привозили в качестве ценного военного трофея из боевых походов. За доставленного славного умельца, атаман награждал казака кинжалом работы златоустовских мастеров.

Благодаря этому благородному капризу атаманский дом славился на весь Юг России прекрасной кухней. Многие именитые люди тех времен побывали в гостях у атамана.

Ресторан «Стан» сохранил культуру и традиции больших званых обедов Высшего казачьего сословия.

Большое внимание в ресторане «СТАНЬ» уделено, конечно же, кухне. Всем гостям предоставляется уникальная возможность отведать блюда национальной казачьей кухни, рецепты которых были собраны во многих кубанских станицах.

Хлеб собственного приготовления, вкусные блюда из мяса, рыбы, различные разносолы и кушанья – именно здесь старинные рецепты обретают вторую жизнь, и благодаря стараниям шеф-повара и всей поварской команды гости могут познакомиться с аутентичной кухней кубанских казаков.

Фирменные блюда ресторана: молочный поросенок, чиненый гречей с белыми грибами, щука Темрюкская, судак Донской, баранья нога, запеченная с разными травами и многое другое.

Семья ресторанов Родной Кухни приглашает в увлекательное историческое путешествие с возможностью отведать блюда национальной казачьей кухни. Ресторан создал эксклюзивный уникальный гастрономический тур.

Основная суть, которого за небольшое время познакомить туристов с историей, культурой, кухней. И не просто познакомить, а погрузить в потрясающе колоритную атмосферу ресторанов, в которой отражены этапы развития истории и культуры Кубани. Это и живопись, и музыка, и костюмы и многое другое.

Ресторан авторской кухни «Баран-Рапан»

Ресторан авторской кухни «Баран-Рапан» – это принципиально новое заведение, открывшееся в Олимпийской столице России в декабре 2014 года. В ресторане представлены блюда нескольких видов кухонь: русской, кавказской, европейской, но, одной из самых популярных является европейская. В лучших традициях сохраняется натуральный вкус основных ингредиентов (мяса, рыбы, овощей), не перебивая вкус ароматом специй. В ресторан есть возможность отведать авторские блюда. Неповторимые рецептуры местного шеф-повара неожиданно удивят самого заядлого любителя попробовать что-нибудь новое. Ресторан открывает новые грани в кулинарном деле. В тёплое время года гораздо приятнее находиться не в помещениях, а на улице. И не только чтобы прогуляться, но и пообедать или поужинать. Для этого у заведения Баран-Рапан есть веранда с выходом на улицу. «Баран-Рапан» – ресторан премиум-класса.

Мацестинская чайная фабрика Константина Туршу

Мацеста чай – это воплощение более чем 100 летней традиции выращивания чая в самых северных широтах. Этот чай уникален по своему составу и вкусовым свойствам. Торговая марка «Мацеста чай» хорошо известна в России и за ее пределами благодаря расширению географии присутствия нашей продукции и активному участию в международных конкурсах и выставках. Ежегодное участие в разных международных выставках и получение гран-при немало способствует популяризации отечественного чая на зарубежных рынках. Но основным потребителем и критиком, на которого равняются чаеводы, является, конечно же, отечественный покупатель.

Всего в 20 минутах езды от центра Сочи, в Мацестинской долине, лежащей меж Кавказских гор совсем иная жизнь, так не похожая на суету центральных улиц и набережных. Мацестинские чайные плантации, общей площадью больше 170 гектаров это экологически чистое место на территории Большого Сочи, где вкусный воздух немного пьянит, и субтропическое солнце деликатно согревает чайные листочки на органических плантациях.

Приезжающие гости проникаются красотой чайных садов, увлекательным процессом происходящего на глазах превращения бережно собранного чайного листа в ароматный искрящийся чай.

Гости могут увидеть своими глазами процесс выращивания, сбора и переработки чайного листа. Увлекательные рассказы и мастер-классы, красивые фотосессии в одном из самых популярных мест курорта, ну и, конечно же, дегустации лучших в мире сортов чёрного и зелёного чая. Ежедневно открыт фирменный магазин с уютным дегустационным залом (с камином), где продавцы не только предложат туристам отведать местного лучшего чая с блинами, мёдом и вареньем, но и помогут определиться с выбором покупки, расскажут о чае много интересного.

ОАО «Солохаульский чай»

25 километров до Сочи, экологический чистый район и 100 га плантаций с чайными кустами, некоторым из которых уже больше века. После ручной сборки чайных листьев и определенных технологических процессов, ОАО «Солохаульский чай» выпускает крупнолистовой чай: черный, зеленый, красный и белый.

Ресторан «Духань»

Ресторан «Духань» – место, которое порадует не только уютными интерьерами, но и большим разнообразием гастрономических изысков.

В южных краях духаны всегда были чем-то большим, чем просто заведения, где можно пообедать, выпить и выкурить кальян. Это были места дружеского общения, обсуждения деловых вопросов, и конечно же, встреч влюбленных. Ресторан «Духань» возрождает эти традиции, восстанавливает ту самую чарующую атмосферу. Ресторан находится в историческом центре Краснодара, в шаговой доступности многие достопримечательности города. Ресторан работает с 2005 года, туристы могут попробовать блюда народов Кавказа и кубанскую кухню. Фирменное блюдо: мангальное ассорти «Духань».

Предоставляемые услуги: дегустационные сеты, организация банкетов и праздников.

Ресторан «Кавказский аул»

Расположенный в долине реки Агура, в месте нахождения горного источника, ресторан «Кавказский Аул» по праву считается лучшим местом загородного отдыха.

На большой территории сохранились неповторимые архитектурные элементы советской эпохи. Это несколько саклей, одна из них некогда «правительственная»; зимний зал, где у старинного камина можно отведать блюда аутентичной грузинской кухни; бар-погребок «Марани», собравший лучшую коллекцию грузинских вин; 2 летние террасы на открытом воздухе. Любителям гастрономических путешествий будет интересно посетить наш ресторан – его смело можно назвать примером гостеприимности и аутентичных кулинарных шедевров. Здесь туристы не только почувствуют вкус национальных грузинских блюд, но и побывают в сказочной стране кавказского гостеприимства. Все это в тандеме с великолепием Кавказского заповедника делает отдых незабываемым.

ООО «этнический центр»

Комплекс представляет собой двор с концертной площадкой, рассчитанной на сотни гостей. Вход огорожен крепостной стеной. Внутри «крепости» находятся зрительные трибуны со скамьями и столами. На территории – кафе, рукотворные водопады, птичник, крольчатник.

Территория аула хоть и небольшая, но оформлена очень красиво – в соответствии с национальными традициями черкесов. Справа от входа – уютное кафе, в котором можно отведать лучшие блюда черкесской кухни. Колоритный деревянный интерьер кафе, широкие массивные столы, тепло очага позволит каждому гостю ощутить очарование давних традиций и славного кавказского гостеприимства.

Шеф-повар заведения собирал рецепты национальных блюд из многих исторических текстах и советовался по способам приготовления с жителями дальних аулов.

Здесь, в «Черкесском ауле», можно стать свидетелями и участниками удивительно яркого национального действа с метанием холодного оружия,

зажигательными танцами с кинжалами, экстремальной джигитовкой и завораживающей национальной музыкой.

Звуки труб с крепостной стены дают старт зажигательному действию. Зрителей ожидает настоящий красочный праздник с выступлением профессионального фольклорного коллектива и традиционным кавказским угощением всех гостей – вином и лавашем. Также гости аула могут посоперничать с артистами. Для детей предусмотрены специальные конкурсы.

Горная пивоварня Endemic

Endemic Mountain Brewery – российская ремесленная пивоварня, расположенная в горах на высоте 700 метров над уровнем моря в непосредственной близости от национального парка и заповедника, между знаменитым горнолыжным курортом Красная Поляна и восточным побережьем Черного моря.

Endemic – от греческого endemos «местный», характерный для данной географической области. Горная пивоварня Endemic в краснополянском селе Медовеевка – небольшая почти семейная пивоварня, использующая в пивоварении традиционные рецепты и уникальную местную природу. Кристально чистая вода, изобилие фруктов, ягод и растений – это основа и вдохновение для производства нашего эксклюзивного пива.

На производстве пива Endemic существуют простые правила: используются только лучшие мировые сорта солода и хмеля, для оригинального вкуса добавляется только местные и часто уникальные ингредиенты. Такие как черкесская груша, краснополянские ягоды, горный каштановый мед из Медовеевки. Пиво варится только с использованием воды из горного родника.

Маленькая ремесленная пивоварня Endemic располагается в самом чистом уголке большого Сочи – горном селе Медовеевка. Само по себе село уникально – бывший советский совхоз по добыче меда расположился в невероятно живописном месте в окружении гор, лесов и самой живой и дикой природы. Тихое красивое село, в котором сохранились самобытность и дух старой Красной

Поляны. Здесь хочется остаться жить и заниматься любимым делом с видом на горы, яблоневые сады и фантастическое небо.

На экскурсии по крафтовой пивоварне турист посмотрит, как и из чего варится горное пиво, и познакомится с этапы производства. И, конечно же, продегустирует три постоянных и нескольких сезонных сортов пива, которые постоянно меняются.

Пасека Гамзата

Среди величественных гор, недалеко от бурной реки Мзымта, расположилась пасека как уголок добра и гармонии человека с природой. Попав на пасеку, турист получит истинное удовольствие от настоящего кавказского гостепреимства.

Отведав различные сорта настоящего меда с чаем на травах, шашлык, форель и вино, услышав удивительный рассказ пчеловода Гамзата Гусейнова о жизни пчелиной семьи, турист сможет приобрести качественные продукты пчеловодства: мед, маточное молочко, цветочную пыльцу, прополис и др.

Природа щедро наградила Краснодарский край благоприятным климатом, плодородными землями. Все это вне зависимости от временных эпох дает возможность виноделам сохранять гармоничный вкус и восхитительный аромат янтарной лозы.

История Кубани всегда была связана с вином. Исторические находки древности подтверждают, что жители Фанагории занимались виноделием уже в 4-2 веках до нашей эры, о чем свидетельствуют найденные в этих местах виноградные косточки, мерные сосуды, винные амфоры, а также изображения винограда на местных монетах.

Благородность почв края позволяет получать напитки с неповторимым вкусом и очарованием. Благодаря обилию солнца гроздь созревает до октября, вбирая в себя живительные лучи и достигая нектарной сладости.

Поистине, Краснодарский край – винное сердце России.

Если турист выбирает винный маршрут – это не просто посещение винзаводов, а интересный рассказ об их истории, осмотр виноградников и погребов, знакомство с процессом производства, дегустация вин, общение с

мастерами-виноделами, посещение центров винотерапии, участие в театрализованных постановках и многое другое. Туристы могут осмотреть местные природные, культурные и исторические достопримечательности, поужинать в уютных ресторанах в соответствии с местными традициями. Это дает уникальную возможность познакомиться с историей Кубани, бытом и обычаями, песнями и традиционной кубанской кухней.

В ходе винного тура можно научиться отличать одно вино от другого по запаху, понять, как дегустировать вино, почему красное вино хорошо с мясом, а белое – с рыбой. Также необходимо помнить, что культура потребления вина – это целое искусство, соблюдение основных правил которого позволяет максимально насладиться вкусом и ароматом этого волшебного напитка.

Долина Лефкадия

Винодельческое хозяйство «Лефкадия», расположенное на живописных склонах в предгорьях Кавказского хребта. Сегодня территорию хозяйства «Лефкадия» называют российской Тосканой. Местный ландшафт, который наполовину создан командой специалистов проекта, очень напоминает кусочек Италии. Проект «Лефкадия» – это не только виноделие, но и производство сыров из коровьего и козьего молока, экологически чистых овощей, а также высокоолеинового масла из семян подсолнечника.

Винодельческое хозяйство «Лефкадия» было основано в 2006 году на территории села Молдаванское Крымского района в Краснодарском крае. Этот проект действительно уникален: он сочетает в себе необыкновенную природу Кубани, неповторимый терруар, инновационные технологии и, в первую очередь, выдающихся профессионалов, объединенных и вдохновленных общими идеями.

Идея создания премиального российского вина пришла Михаилу Ивановичу Николаеву в 2004 году во время визита в Крымский район. Идеальный терруар и подходящий микроклимат этой местности окончательно убедили его и выдающихся европейских виноделов в правильном выборе участка для посадки винограда. Так началась история «Лефкадии».

На сегодняшний день высокий уровень вин «Лефкадии» признается экспертами и критиками не только в России, но и за рубежом, что неоднократно подтверждалось медалями. Успех проекта напрямую зависит не только от старательной работы первоклассных специалистов, но и, конечно, от уникального микроклимата долины. Нестандартно расположенный шельф с большим разнообразием почв открывает неограниченные возможности для экспериментов и позволяет энологам воплощать в жизнь грандиозные идеи.

В долине Лефкадия есть местная сыродельня, молоко для которой поставляют местные фермеры-участники проекта. Свежие овощи и молочные продукты производятся на экологически чистых землях с использованием только натуральных удобрений.

Уникальный терруар долины Лефкадия помогает не только создавать качественное вино и полезные биопродукты, но и дарить природное здоровье. Вскоре здесь планируется открытие бальнеологического центра. Не просто новый курорт, а место с высоким качеством жизни, где можно отдохнуть на природе, поесть экологически чистой еды, выпить вкусного вина, а при желании еще и пройти курс лечения.

Ресторан авторской кухни «Винотеррия»

Винотеррия – это семейный проект, открытый потомственным авиатором – Валерием Нестеровым.

«Винотеррия» – это новый ресторан авторской кухни, расположенный между Новороссийском и Анапой. Благодаря теплой и уютной атмосфере ресторана, вы всегда будете чувствовать себя в нем, как дома. А живописный вид на виноградники, который открывается гостям из окон ресторана, придает ощущение легкости, свободы и умиротворения.

В семье владельца ресторана Валерия Нестерова всегда любили готовить, и это, как правило, блюда с интересными подачей и вкусовым сочетанием продуктов. Поэтому, несмотря на то, что меню ресторана состоит из авторских рецептов, оно основано на серьезных семейных традициях. В блюдах «Винотеррии» преобладают ингредиенты черноморской кухни, которыми

знаменит Краснодарский край. Но изюминкой ресторана является оригинальная подача блюд и умение шеф-повара подобрать необычные сочетания ингредиентов.

Главные ценности ресторана – это гостеприимство, творчество и креативность, умение сочетать семейные традиции и любовь к экспериментам, развитие эногастрономической культуры и гастротуризма в Краснодарском крае.

Агротуристический комплекс «усадьба мысхако»

Усадьба Мысхако - винодельческий агротуристический комплекс, который включает в себя ресторан «Шато Пино», 100 Га виноградников, небольшую винодельню «Шато Пино» (Chateau Pinot), два дегустационных зала на 10 и 40 посадочных мест, а также фирменный винный магазин.

Центр винного туризма «абрау-дюрсо»

Центр винного туризма «Абрау-Дюрсо» – самый посещаемый объект винного туризма в мире.

Туристы попадут в старинные тоннели, построенные в конце XIX века князем Львом Голицыным, когда Абрау-Дюрсо было удельным имением царской семьи. Гид поможет заглянуть за кулисы таинства приготовления классического игристого вина.

Именно здесь участники экскурсии становятся свидетелями процесса рождения шампанского, узнают, что же означают таинственные французские слова: «кюве», «ремюаж», «дегоржаж», в чем отличие классического способа производства от Charmat, знакомятся с современным производством и приобретают навыки профессиональных дегустаторов вина.

В Музее Славы, который наглядно познакомит гостей с историей Абрау-Дюрсо, рассказывают о достижениях и наградах винодельни, о людях, чей труд принес славу и известность марке. Среди экспонатов Зала Славы можно увидеть портреты, фотографии, награды, кубки, медали, этикетки, музейные артефакты. Вся 145-летняя история Абрау-Дюрсо доступна для изучения каждому гостю.

С 1 июня по 30 сентября для гостей Абрау-Дюрсо доступно Шато – панорамная площадка, затерянная в горах среди виноградников. С нее

открывается поистине захватывающий вид на виноградники, уходящие за линию горизонта, хребты Кавказских гор, озеро Абрау и Черное море. Здесь раскрывается подлинный дух Абрау-Дюрсо.

Гордость Абрау-Дюрсо – виноградники, которые расположились в непосредственной близости от поселка. Виноградники здесь были разбиты более 145 лет назад. Сегодня их общая площадь составляет 640 гектаров и с каждым годом продолжает расти.

Для гостей Абрау-Дюрсо проложены туристические пешие маршруты, а также трассы для внедорожников и квадроциклов. Гуляя по специальным маршрутам, можно насладиться видами долины озера Абрау, горными хребтами и Черным морем.

Также Абрау-Дюрсо приглашает всех желающих на увлекательные гастрономические мастер-классы в гастрономической школе «Абрау-Дюрсо». Здесь каждый гость сможет попробовать себя в роли настоящего повара. В школе проводится профессиональная переподготовка поваров и курсы повышения квалификации по разным специальностям. Обучение проходит под руководством лучших мастеров кухни. Талантливые шеф-повара со всего мира делятся своими секретами, рассказывая об актуальных гастрономических тенденциях и кухнях народов мира.

Турист может остановить свой выбор на Гала-ужине от звездных шеф-поваров, выбрать мастер-класс для детей, профессиональный мастер-класс для тех, кто хочет стать настоящим профессионалом в изысканном сервисе. Проводятся однодневные и трехдневные мастер-классы для поваров, рестораторов и отельеров. Гастрошкола лицензирована, после прохождения курса всем обучившимся выдается сертификат установленного образца. Так же гастрономическая школа абрау-дюрсо предлагает специальные мастер-классы например для именинников.

Мастер-классы для любителей

Туристу предлагается изучить гастрономические тенденции и кухни народов мира под руководством шеф-поваров, а сомелье поможет подобрать вина к блюдам на мастер-классе.

Мастер-класс для взрослых идет три часа. За это время готовятся три блюда и тут же дегустируются с вином или шампанским.

Ежегодно в Абрау-Дюрсо проводятся крупные мероприятия, посвященные развитию винного и гастрономического туризма.

Усадьба семигорье

Усадьба «Семигорье» – хозяйство с обширными собственными виноградниками, удобно расположенное между Анапой и Новороссийском. В усадьбе 2 подвала. В первом производятся белые вина. Во втором красные вина в дубовых бочках, выдержка от 12 до 18 месяцев (дуб используется из России, Евросоюза, а также применяется белый американский дуб с более мягкими танинами). Проводятся уроки гаражного виноделия с частичным или полным участием Геннадия Опарина.

В усадьбе созданы отличные условия для любителей экотуризма, агротуризма и гаражного вина.

Между ручьев на берегу небольшого пруда посетителей ждут утопающие в зелени деревянные беседки с мангалами и удобными столами.

Владимирская усадьба

Живописная винная усадьба расположилась в предгорьях Кавказского хребта Гайкодзорского сельского округа недалеко от курортного города Анапа.

Территория усадьбы включает в себя участок общей площадью 6 гектаров, на котором находятся плантации винограда технических сортов. Здесь произрастает более 10 наименований винограда столовых сортов, которые сформированы на беседках арочного типа общей протяженностью 2000 метров, фруктовый сад площадью 0,7 гектара, более 20 видов экзотических деревьев.

Парк с биопрудом и беседкой для отдыха, винодельня с подвалом с дубовыми бочками и конечно же, великолепный дегустационный зал, где предоставляется

возможность продегустировать натуральные и десертные вина собственного производства.

Благоприятные почвенно-климатические условия усадьбы позволяют производить высококачественные вина с уникальными территориальными характеристиками.

Особенность заключается в сочетании всех основных компонентов: уникальный состав почвы, умеренный приморский климат (в вегетационный период сумма активных температур воздуха колеблется от 29 до 34°C, что соответствует требованию к получению высококачественного урожая), широкий ассортимент сортов винограда – все это позволяет минимизировать риски в производстве высококачественного вина.

Посетив усадьбу, гости получают незабываемый опыт, открыв для себя мир вина высокого вкусового и технологического качества.

Винодельческий дом каракезиди

Все в хозяйстве дышит той чистотой и простотой, которая характерна для прошлых веков. Дубовые чаны и бочки, соломенные крыши, ручные дробилки, печи для выпечки хлеба – все это невольно заставляет забыть о повседневной суете.

Живое вино, производимое в подворье, поистине, имеет оздоравливающий эффект. Поскольку оно не содержит никаких вредных для организма добавок и консервантов, многие люди отмечают положительное воздействие «Стретто» на организм и даже принимают его в терапевтических целях.

Для туристов проводятся экскурсии на виноградники и винодельню, дегустация вин и вкуснейшего домашнего козьего сыра. В подворье имеется гостиница на 20 номеров.

Винное подворье старого грека

У «Винного подворья старого грека» свои виноградники, на сегодняшний день их площадь составляет около 20 гектаров. Под солнцем зреют такие сорта, как каберне-совиньон, мерло, рислинг и первенец магарыча. На их основе рождаются прекрасные самобытные вина: «Рислинг Витязево», «Рислинг Эной», «Каберне-

совиньон Витязево», «Каберне-совиньон Понтийское», «Мерло Циалкинское». Все процессы виноделия от посадки лозы до розлива по бокалам проходят под личным наблюдением винодела.

В «Винном подворье старого грека» посетители могут оценить и продегустировать натуральное вино, побывать в винном погребе, увидеть весь процесс приготовления вина, а также во время сбора урожая винограда поучаствовать в данном процессе.

Винодельня «кубань-вино»

«Кубань-Вино» – один из крупнейших заводов России по розливу виноградных тихих и игристых вин. Высококласные вина готовят на итальянском оборудовании, благодаря которому на российский рынок ежегодно поступает более 55 миллионов бутылок таманского вина, шампанского под торговыми марками «Шато Тамань» (Chateau Tamagne) и «Кубань-Вино». Завод производит вино из собственного виноматериала, так как входит в состав винного холдинга «Ариант».

Площадь собственных земель холдинга, пригодных для виноградников достигла 9000 гектаров: 7000 гектаров расположены на Таманском полуострове и 2000 гектаров новых виноградников – в Анапе.

На винодельне можно посетить экскурсию по современному винодельческому предприятию. Программа экскурсионного маршрута дает возможность гостям и туристам погрузиться в таинство рождения вина и изготовления классического шампанского, познакомиться с секретами выдержки изысканных вин в дубовых бочках. Туристы посетят уникальную винотеку, узнают о свойствах тихих и игристых вин и научатся различать их. Кульминацией экскурсии станет дегустация 6-7 образцов продукции, в рамках которой гости «Кубань-Вино» смогут применить полученные теоретические знания на практике.

На территории завода предусмотрена детская игровая зона, где дети могут провести досуг под присмотром сотрудников.

Агропромышленная фирма «фанагория»

«Фанагория» располагается в западной части Темрюкского района Краснодарского края – в историческом винодельческом регионе Тамани, где еще в VI веке до н. э. на одном из островов древние греки основали город, названный в честь своего предводителя – храброго воина Фанагора.

В IV–II веках до н. э. Фанагория по праву считалась экономическим центром Боспорского государства – в то время крупнейшего государственного образования в Северном Причерноморье. Уже тогда жители Фанагории занимались виноделием, о чем свидетельствуют находки виноградных косточек, мерных сосудов, винных амфор, а также изображения винограда на местных монетах.

Второе рождение кубанского виноделия приходится на последнюю треть XIX века. Из Франции были завезены классические сорта винограда: Шардоне, Совиньон, Клерет. Системность в развитие отрасли внес специально созданный Темрюкский отдел по виноградарству и виноделию. Не без его участия Кубань к началу XX века превратилась в виноградный регион Российской империи – к началу Первой мировой войны здесь собирали до 1 миллиона пудов винограда ежегодно. К сожалению, до середины прошлого столетия виноделию на Тамани не уделялось должного внимания, поэтому основание в 1957 года в поселке Сенном винзавода (будущей «Фанагории») стало важным этапом в возрождении славной истории кубанских вин.

Сегодня «Фанагория» – одно из крупнейших винодельческих предприятий России. Собственные виноградники занимают площадь более 2800 гектаров и являются гарантией качества производимой продукции.

На предприятии осуществляется полный цикл виноделия – от производства саженцев до переработки винограда, воспитания вина и системы дистрибуции.

На «Фанагории» проводятся экскурсии с посещением дегустационного зала, музея и гончарной мастерской, где изготавливаются сувенирные копии древнегреческих амфор для бальзама.

1.3 Обоснование модели проектирования гастрономического тура в Сочинский туристский район

Современные требования к проектированию туристских услуг сформулированы в ГОСТ 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», который предусматривает обоснование модели гастрономического тура.

Модель (фр. *modele*, от лат. *modulus* – «мера, аналог, образец») – это система исследования, которая служит средством для получения информации о другой системе, это упрощенное представление реального устройства или протекающих в нем процессов и явлений.

Существует несколько подходов к определению понятия модели:

- упрощенное представление о реальном объекте, процессе или явлении;
- искусственно созданный объект в виде схемы, математических формул, физической конструкции, наборов данных и алгоритмов их обработки и т.п.;
- модель воспроизводит в специально оговоренном виде строение и свойства исследуемого объекта, являющегося оригиналом, образцом, прототипом;
- объект, используемый вместо другого объекта с какой-то целью;

Процесс создания моделей называют моделированием.

Моделирование – это метод познания, состоящий в создании и исследовании моделей.

Выделяют несколько основных целей моделирования:

- понять, что собой представляет изучаемый объект;
- прогнозировать последствия изучаемого процесса;
- научиться управлять объектом и определять наилучшие способы управления;
- решать прикладные задачи.

Моделирование является важным общенаучным и общелогическим методом, который применяется во многих сферах деятельности человека, в том числе и

туризме. Модели могут быть логическими, физическими, экономико-математическими.

При проектировании нового туристского продукта в туризме применяется моделирование логическое, которое представляет собой выявление горизонтальных и вертикальных причинно-следственных связей между главными факторами, характеризующими управленческие, экономические, социальные или другие процессы, с целью воспроизведения процессов при анализе, прогнозировании и оценке параметров объектов.

Моделирование в туризме заключается в построении и изучении специальных объектов, свойства которых являются важными с точки зрения исследователя. Оно позволяет изучать построение и использование моделей для познания реальных процессов в туризме, т.е. основывается на исходных понятиях и определениях, позволяющих понимать язык, применяемый в исследовании.

На этапе моделирования происходит составление вербальной модели тура. Под моделью туристских услуг понимается набор требований, предъявляемых к туристской услуге и согласованных с туристом или заказчиком туристского продукта, и учитывающих возможности туроператора и соисполнителей услуг.

При составлении модели туристской услуги учитываются следующие факторы:

- вид туристской услуги;
- маршрут путешествия (путь следования, пункты отправления и прибытия, перечень пунктов ночевки, стоянок и т.п.);
- основное назначение туристской услуги (оздоровление, осмотр природных достопримечательностей, посещение объектов историко-культурного наследия и др.);
- метод обслуживания туристов;
- перечень соисполнителей (поставщиков услуг по размещению туристов, организации питания и перевозок);

- перечень организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих дополнительные услуги (организация досуга, консалтинговые, информационные и другие услуги).

В качестве основных компонентов вербальной модели тура было выбрано 4 основных блока: целевой, содержательный, организационный, результативный (см. рисунок 1.3.1).

Целевой блок обозначен постановкой цели, то есть это разработка и обоснование гастрономического тура в Сочинский туристский район, а также определением основных подходов и принципов разработки тура.

Проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район осуществлялось с помощью следующих подходов:

- аксиологический (ценностный). Подход основан на выявлении важных (ценных) элементов в изучении того или иного явления или процесса. При разработке гастрономического тура в Сочинский туристский район особое внимание уделено таким важным элементам, как выделение из числа гастрономических объектов наиболее аттрактивных для туристов; выбору поставщиков услуг; большое внимание уделено технико-экономическому обоснованию тура, а также обеспечению безопасности;

- исторический. Подход применяется для изучения явлений и событий. При проектировании гастрономического тура в Сочинский туристский район была изучена история региона, которая является базисом для исследования формирования национальной кухни;

- культурологический. Подход определяет ценности культурного потенциала региона и формы организации культурно-досуговой деятельности туристов. При проектировании гастрономического тура в Сочинский туристский район было изучено историко-культурное наследие региона, а также рассмотрены народные промыслы.

В процессе проектирования гастрономического тура происходит формирование программ туристского обслуживания.

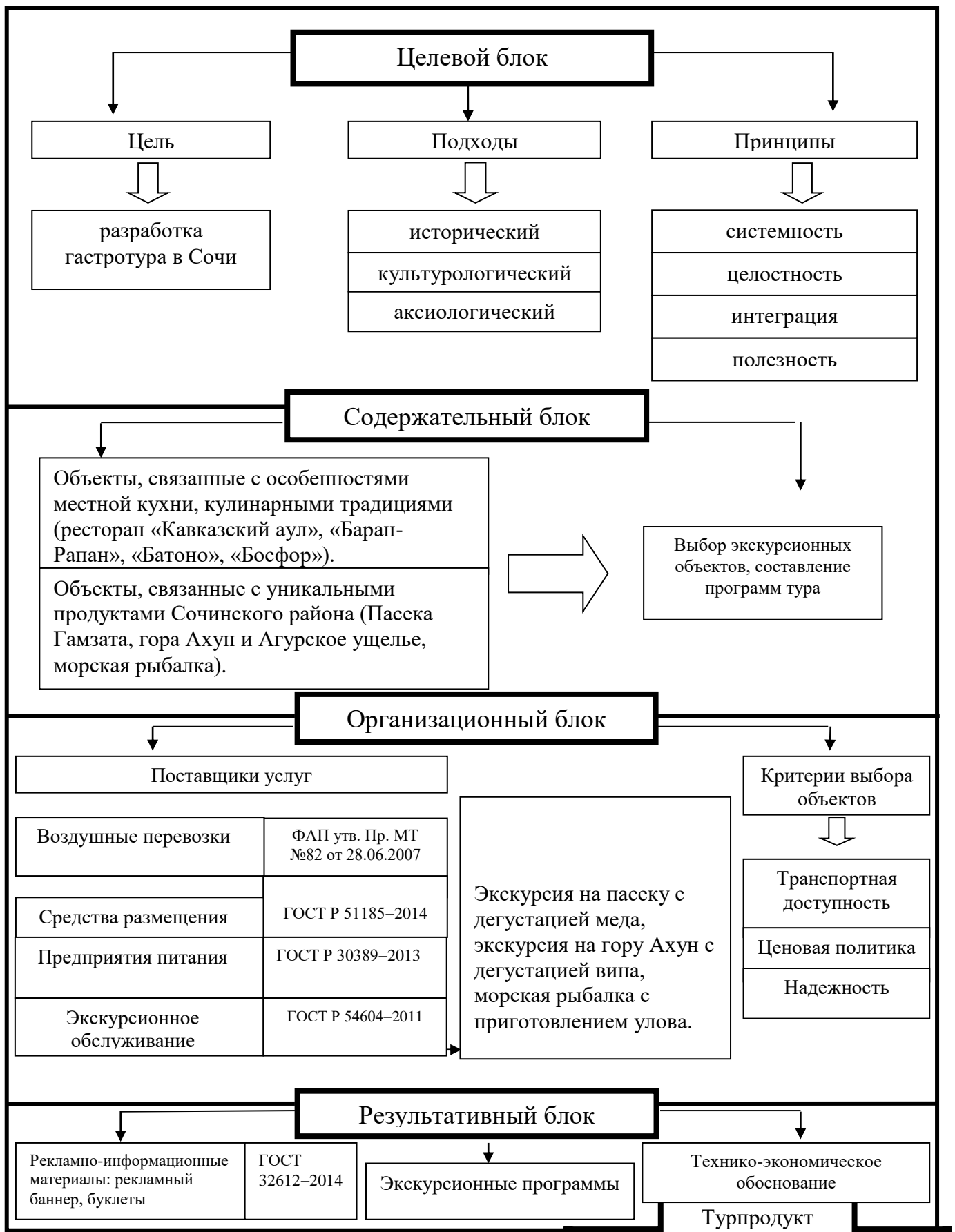


Рисунок 1.3.1 – Модель гастрономического тура в Сочинский туристский район

При проектировании гастрономического тура в Сочинский туристский район применялись принципы системности, целостности, интеграции и полезности. В результате был получен целостный спроектированный тур, который может быть использован в реализации туристскими фирмами.

Содержательный блок обусловлен изучением гастрономических объектов района их оценкой и выбором экскурсий, которые включены в программу тура. Важным требованием проектной деятельности является изучение туристских ресурсов и выбор среди них наиболее привлекательных объектов для посещения.

Сочинский туристский район является популярным с точки зрения туризма. К конкурентным преимуществам района относятся:

- международная известность (Роза Хутор, Красная Поляна, XXII Олимпийские зимние игры);
- внутрироссийская известность (Вкусная национальная кухня местных жителей района, виноделие, горный мед);
- географическая близость к Черному морю.

На основе данных изученных в предыдущих параграфах о сущности гастротуризма и анализе гастрономических туристских центров были отобраны наиболее аттрактивные объекты.

Организационный блок показывает схематическое отображение функциональных составляющих турпродукта: организацию воздушных перевозок, питания, размещения, экскурсионного обслуживания. Основными критериями выбора поставщиков услуг являются транспортная и ценовая доступность, надежность.

Для организации воздушной перевозки туристов была выбрана авиакомпания «Уральские авиалинии». ФАП «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей», утв. Пр. МТ №82 от 28.06.2007. Федеральные авиационные правила распространяется на пассажиров и перевозчика. Также ФАП устанавливает общие требования к услугам по перевозке, включая требования качества и безопасности, а также методы их

контроля. На официальном сайте авиакомпании представлены копии документов, подтверждающих право на осуществление деятельности по перевозке пассажиров.

ГОСТ Р 51185–2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» устанавливает общие требования к средствам размещения различных видов и предоставляемым в них услугам. Согласно ГОСТ Р 51185–2014 гостиница – коллективное средство размещения, которое включает определенное количество номеров и определенный набор услуг, сгруппированное в категории в зависимости от оборудования номеров и других помещений, а также уровня сервиса. Стандарт определяет требования к зданиям гостиниц (наличие вывески с указанием категории, если она присвоена, автостоянки и пр.), их техническому оборудованию и оснащению (аварийное освещение и энергоснабжение, горячее и холодное водоснабжение, отопление, вентиляция или кондиционирование воздуха и пр.), требования к номерам гостиниц (площадь номера не менее 9 м² для однокомнатного одноместного и не менее 12 м² для однокомнатного двухместного; площадь санузла не менее 1,5 м²; минимальные размеры односпальной кровати 80×190 см и пр.), требования к услугам гостиниц (круглосуточная работа службы приема и размещения; ежедневная уборка номера, смена постельного белья один раз в пять дней, смена полотенец один раз в три дня; оздоровительные и спортивные услуги; туристские и экскурсионные услуги и пр.).

Отель «Bridge 4*» это четырёхзвёздочный отель, расположенный в Имеретинской низменности (Имеретинская бухта) Сочи. Отель Бридж Резорт входит ТОП-5 лучших отелей для семейного отдыха в России по версии Tripadvisor Travellers Choice.

Хостел «БМ Тула». В хостеле 4 номера: 2, 8, 10, 18 местных номера. Санузлы расположены на этаже, оборудована зона для общения гостей.

При организации питания туристов система питания завтраки по системе «Шведский стол» («ВВ»), в остальное время рестораны являются объектами гастротура и составляют основную часть программы. ГОСТ 30389-2013 «Услуги

общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» устанавливает общие требования и классификацию предприятий общественного питания различных типов. В разработанном туре услуги питания предоставляют: ресторан «Кавказский аул», ресторан «Баран-Рапан», «Батоно», «Босфор», «Бридж».

Согласно ГОСТ 30389–2013 ресторан – предприятие питания, которое предоставляет потребителю услуги по организации питания, с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и прочих напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий. Стандарт устанавливает минимальные требования к ресторану: наличие вывески, гардероба, зала обслуживания, туалетных комнат, аварийного освещения и энергоснабжения, горячего и холодного водоснабжения, отопления, системы кондиционирования воздуха, охранной сигнализации и пр.

ГОСТ Р 54604–2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» устанавливает требования к экскурсионным услугам, процессам их формирования и оказания. Экскурсионные услуги могут оказываться отдельно или быть составной частью туристского продукта. Услуги по подготовке, организации и проведению экскурсий осуществляют туроператоры, турагентства, туристско-экскурсионные, экскурсионные организации, физические лица, имеющие соответствующую квалификацию (экскурсоводы, гиды, гиды-переводчики).

В разработанном туре экскурсионные услуги предоставляют туристические фирмы «Рута» и «Анастасия».

Результативный блок представлен такими элементами как экскурсионные программы тура, его технико-экономическое обоснование, а также создание рекламно-информационных продуктов. Также были составлены технологическая карты и информационный лист туристских путешествий (см. приложения А, Б).

ГОСТ 32612–2014 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования» регламентирует требования к информации, предоставляемой

потребителям туристских услуг. Согласно ГОСТ 32612–2014 объектом рекламирования в туристской индустрии является туристский продукт или отдельная туристская услуга, предназначенная для реализации туристам, а также организации туристской индустрии. Реклама в туризме осуществляется в различных формах: издание каталогов, буклетов, листовок, проведение PR-акций, Web-страницы туроператоров или турагентов и объектов туристской индустрии в информационно-коммуникационной сети интернет, размещение информации в СМИ, наружная реклама (растяжки, рекламные щиты и т.п.), рассылка электронных сообщений с целью продвижения и реализации туристского продукта, проведение туристских выставок, ярмарок, праздников, вечеров и других мероприятий.

В форме рекламно-информационного продукта был сделан рекламный буклет, представленный в приложении В. Буклет представляет собой лист формата А4, сложенный в несколько раз, содержащие экскурсионные объекты тура.

Выводы по главе один

Ознакомившись с сущностью понятия «гастрономический туризм», можно сказать, что гастрономический туризм – это путешествия с целью ознакомления с национальными блюдами, продуктами, напитками. Для гастрономического туриста еда – в первую очередь категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона.

Гастрономический туризм в последние годы становится все более популярным. Можно выделить различные виды гастрономических туров, которые предлагаются на современном туристском рынке. В настоящее время кулинарный туризм сочетает в себе не только элементы дегустации, мастер-классов по приготовлению блюд, посещение различных кулинарных событий, но и

экскурсии, экологическое просвещение, образование, изучение этнографии, культуры других регионов и стран.

В рамках гастрономического туризма происходит знакомство человека с туристскими объектами, которые представлены различными национальными ресторанами.

На основе анализа гастрономических туристских центров в Сочинском туристском районе, выделились наиболее привлекательные объекты, которые являются основой при проектировании тура.

Для упрощения и наглядности взаимосвязей различных элементов был применен метод моделирования, с помощью которого была спроектирована модель гастрономического тура в Сочинский туристский район.

2 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В СОЧИНСКИЙ ТУРИСТСКИЙ РАЙОН

2.1 Характеристика разработанного туристского продукта

Разработка нового маршрута путешествия это трудоемкий процесс, который требует тщательной подготовки. Прежде всего, для создания качественного и конкурентоспособного продукта необходимо провести исследование рынка услуг предлагаемого продукта.

В настоящее время внутренний туризм является весьма популярным в России. Нельзя отрицать тот факт, что туристы в поисках более высокого уровня сервиса выбирают отдых за границей. Однако из-за сложностей с оформлением различных выездных документов и высоких цен на турпродукт, выбор многих останавливается на внутреннем туризме.

На данный момент многие туристские организации города Челябинска предлагают туры в Сочинский район, однако в ассортименте присутствует всего несколько направлений, среди них Анапа, Геленджик, Адлер. В основном, в предлагаемые туры включен перелет, медицинская страховка, проживание и питание (по желанию). Поэтому такие пакетные туры нельзя назвать привлекательными, они просты по своему содержанию и не могут заинтересовать туриста какой-либо изюминкой. Что касается гастрономических туров в Сочинский район, то на туристском рынке Челябинска готовые предложения вовсе отсутствуют.

Гастрономические туры в настоящее время только набирают популярность. Поэтому найти и подобрать такой тур будет не совсем просто. Один из туроператоров который занимается разработкой гастрономических туров это Московский «СтарТур», также туристическое агентство в Санкт-Петербурге «Созвездие». Среди местных турагентств Сочинского района почти каждое может предложить широкий выбор различных маршрутов и экскурсий в данном направлении для туристов, которые хотят познакомиться с местной кухней и продегустировать ее блюда.

Таким образом, стоит отметить, гастрономический туризм в целом является перспективным направлением для развития и продвижения его на рынке города Челябинска и области в целом.

Программа тура позволяет открыть для себя гастрономический туризм.

Гастрономический тур в Сочинский район рассчитан на 5 дней 4 ночи.

Нитка маршрута: Челябинск – Сочи – Челябинск.

Протяженность маршрута: 4034 километров.

Программа тура:

Понедельник 1 день (27 мая)

08:00 встреча в аэропорту «Баландино» г. Челябинск

09.30 вылет – 10.55 прилет в г. Сочи

11:30 (время местное) трансферт до отеля

12:00 свободное время

14:00 размещение в отеле Bridge resort – семейный курорт, который включает в себя четырёхзвёздочный отель, медицинский и spa-центры, комплекс бассейнов, собственный пляж на берегу моря, рестораны, бары, конференц-залы, детские клубы и площадки.

15:00 выезд в ресторан «Кавказский Аул». Ресторан можно назвать примером гостеприимности. Здесь Вы не только почувствуете вкус национальных грузинских блюд, но и побываете в сказочной стране кавказского гостеприимства.

21:00 прогулка по вечернему Олимпийскому парку

Вторник 2 день (28 мая)

09:00 завтрак по системе «шведский стол»

10:00 Экскурсия на пасеку с дегустацией меда (плюс обед)

15:00 трансфер до отеля

19:00 ужин в ресторане «Баран-Рапан». Название ресторана отражает специфику кухни, сочетает две культурные и гастрономические традиции. Баран – продукты гор: мясо, травы – кавказская гастрономическая традиция, а Рапан – это черноморская рыба и морепродукты.

Среда 3 день (29 мая)

09:00 завтра по системе «шведский стол»

11:00 Экскурсия с дегустацией вина на гору Ахун и Агурское ущелье

16:00 трансфер до отеля

18:00 ужин в ресторане «Батоно»

19:00 посещение аква-зоны в отеле «Bridge»

Четверг 4 день (30 мая)

08:00 завтрак по системе «шведский стол»

09:00 встреча на Имеретинской бухте. Морская рыбалка на яхте с приготовлением свежесвыловленной рыбы

19:00 ужин в ресторане «Босфор» - рыбный ресторан средиземноморского формата с утончённой винной картой.

Пятница 5 день (31 мая)

08:00 завтрак по системе «шведский стол»

10:00 трансфер до аэропорта

11:55 вылет в Челябинск

17:00 прилет

В программу тура включен перелет авиакомпанией «Уральские авиалинии»: Челябинск – Сочи – Челябинск.

В тур входят 3 экскурсии: экскурсия на пасеку с дегустацией меда от туристической фирмы «Рута». Подходит идеально для всех, кто любит природу, цветы и мед. Только интересная информация о пасеке и жизни пчел. Туристов покорит красота горных пасек и легенда о кавказской пчеле. Здесь же туристов угостят горячим чаем с несколькими видами меда, а также медовухой и сбитнем. От туристической фирмы «Анастасия» экскурсия с дегустацией вина на гору Ахун и Агурское ущелье и заключительная экскурсия – морская рыбалка на катере в открытом море с купанием и приготовлением улова.

Во время путешествия средством размещения является отель в Адлере «Bridge resort». Питание по программе – завтраки по системе «шведский стол» в отеле, 1

обед и 3 ужина осуществляются в ресторанах, которые раскроют секрет гастрономического Сочинского района.

При проектировании маршрута путешествия были выбраны следующие объекты, выражающие сущность гастрономического туризма: ресторан «Кавказский аул», пасека Гамзата, ресторан «Баран-Рапан», Агурское ущелье с дегустацией вина, ресторан «Батоно», ресторан «Босфор». (см. таблицу 2.1.1).

Таблица 2.1.1 – Характеристика туристских объектов

Название объекта	Место нахождения объекта (адрес)	Характеристика объекта
Ресторан «Кавказский аул» в Агурском ущелье	г. Сочи, Агурское ущелье, 1	Расположенный в долине реки Агура, в месте нахождения горного источника, ресторан «Кавказский Аул» по праву считается лучшим местом загородного отдыха. На огромной территории сохранились неповторимые архитектурные элементы советской эпохи. Это несколько саклей, одна из них некогда «правительственная»; Зимний зал, где у старинного камина можно отведать блюда аутентичной грузинской кухни; бар-погребок «Марани», собравший лучшую коллекцию грузинских вин; 2 летние террасы на открытом воздухе. Любителям гастрономических путешествий будет интересно посетить ресторан – его смело можно назвать примером гостеприимности и аутентичных кулинарных шедевров. Здесь туристы не только почувствуют вкус национальных грузинских блюд, но и побывают в сказочной стране кавказского гостеприимства. Все это в тандеме с великолепием Кавказского заповедника сделает отдых туристов незабываемым.
Пасека Гамзата	Россия, г. Сочи с. Казачий Брод, ул. Краснофлотская, За	Экскурсионный объект «Пасека у Гамзата» расположен в Адлерском районе Сочи неподалеку от побережья в долине реки Мзымта. Сотни туристов приезжают сюда, чтобы увидеть, как живет знаменитая кавказская пчела и попробовать самые разнообразные

Продолжение таблицы 2.1.1

Название объекта	Место нахождения объекта (адрес)	Характеристика объекта
		<p>сорта меда.</p> <p>Хозяин территории – пасечник Гамзат – с удовольствием расскажет гостям легенду о кавказской пчеле, покажет свое хозяйство и угостит самыми разными сортами меда.</p> <p>Здесь можно попробовать высококачественный мед, душистый чай, медовуху и сбитень. Гамзат знает много увлекательных историй о жизни и законах пчелиного семейства и с удовольствием делится своими знаниями с туристами.</p> <p>Гостей ждет удивительное по доброте и обстановке чаепитие с медом и вкусными баранками. Затем все гости пасеки идут фотографироваться с пчелами, которые уже давно привыкли к присутствию людей и ведут себя вполне спокойно.</p> <p>Человечество много тысяч лет использует пчелиный мед не только как питательный и вкусный продукт, но и как народное средство, помогающее сохранить бодрость и продлевающее жизнь.</p>
Ресторан «Баран-рапан»	Россия, г. Сочи, микрорайон Центральный, Театральная ул., 11	<p>Гастрономический ресторан авторской кухни «Баран-Рапан» – это принципиально новое уникальное заведение в Олимпийской столице России. Открытие концептуального места премиум-класса состоялось в декабре 2014 года.</p> <p>Название ресторана отражает специфику кухни, сочетает две культурные и гастрономические традиции. Баран – продукты гор: мясо, травы – кавказская гастрономическая традиция, а Рапан – это черноморская рыба и морепродукты. Ресторан с авторской эклектичной кухней, специализируется на приготовлении блюд из мяса, рыбы и морепродуктов из локальных фермерских хозяйств. Краснополянские высокогорные травы,</p>

Продолжение таблицы 2.1.1

Название объекта	Место нахождения объекта (адрес)	Характеристика объекта
		<p>абхазские пряности, фрукты и овощи, сочное кавказское мясо и черноморская рыба умело сочетаются в смелых кулинарных экспериментах бренд-шефа ресторана Валерия Порядина.</p> <p>Меню учитывает мировые тренды, но при этом построено исключительно на традиционных местных продуктах.</p> <p>Интерьер ресторана создан известным столичным архитектором Марией Жуковой, основан на эклектике гор и моря, с элементами камней, дерева и металла. Ресторан расположен на 2-х уровнях, располагает летней верандой и VIP-залом, и в целом может одновременно разместить 180 человек.</p> <p>Первый этаж оборудован кухней – «ореп спасе» и сценой с профессиональным музыкальным оборудованием. Связующим элементом интерьера является винтовая лестница в виде раковины рапана. Второй этаж – уютный зал с открытым мангалом, контактной барной стойкой и зоной винотеки.</p>
Гора Ахун	Сочи, микрорайон малый Ахун	<p>Гора Ахун является вершиной хребта, протяженностью 5 километров. Хребет имеет несколько возвышенностей:</p> <p>Большой Ахун – высота 663 м, Малый Ахун – высота 501 м, Орлиные скалы – высота 380 м.</p> <p>Вершина располагается между центром Сочи и рекой Хостой. На склонах много карстовых пещер, самая глубокая – Большая Ахунская. В окрестностях множество красивейших ущелий и водопадов. С древности это возвышение привлекало к себе внимание людей. Археологи обнаружили стоянки древнего человека, языческие капища и христианские церкви.</p> <p>С высоты можно насладиться чудесной панорамой Сочи, Кавказским хребтом и</p>

Продолжение таблицы 2.1.1

Название объекта	Место нахождения объекта (адрес)	Характеристика объекта
		<p>побережьем. Потому именно здесь была создана смотровая башня. Происхождение названия «Ахун» точно не известно. Некоторые связывают название с абхазским словом «аху», что значит «холм». Возможно, произошло от имени убыхского бога, который по легенде жил на самой вершине. Еще «охун» с абхазского языка значит «высокое жилище».</p>
Ресторан «Батоно»	Сочи, микрорайон Адлер, ул. Бстужева 1/1	<p>Ресторан «Батоно» специализируется на блюдах грузинской кухни, меню также включает традиционные кавказские угощения. Уютный дизайн интерьера, атмосфера гостеприимства, колоритный антураж сделали это место популярным и любимым как у гостей города, так и жителей Сочи.</p> <p>В ресторане можно попробовать традиционные грузинские мясные блюда, ароматные супы и закуски, знаменитые вина и напитки. Частыми гостями заведения бывают представители отечественного шоу-бизнеса. В ресторане можно не только посидеть с друзьями или семьей, но и отметить день рождения, корпоративную вечеринку и другое торжество. Летняя веранда, живая музыка.</p>

Окончание таблицы 2.1.1

Название объекта	Место нахождения объекта (адрес)	Характеристика объекта
Ресторан «Босфор»	Сочи, морской бульвар, 1	Ресторан «Босфор» – симбиоз концепции рыбного ресторана средиземноморского формата с утончённой винной картой и ресторана здорового питания. Морская кухня – дарит вкус свободы, а ЗОЖная тема давно зашла на гастрономический рынок России и плотно ведёт за собой толпы последователей, именно поэтому в ресторане внедряются классические здоровые рецепты, раскрывая весь спектр черноморских возможностей. Ресторан обещает оправдать самые смелые гастроморские ожидания. В ресторане готовят из фермерских продуктов «Сокольский».

Результатом проектирования туристских услуг являются следующие документы согласно ГОСТ Р 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»:

- технологическая карта туристского путешествия (см. приложение А);
- информационный листок к туристской путевке (см. приложение Б).

Особенности организации работы с поставщиками услуг на маршруте «Челябинск – Сочи»

Поставщики услуг, иначе соисполнители туристских услуг – это организации и предприятия туристской индустрии, а также частные предприниматели, оказывающие отдельные услуги (средства размещения, предприятия питания, транспортные предприятия, выставочные комплексы, музеи и т.п.), по договорам,

заключаемым с туроператорскими компаниями при формировании туристского продукта.

При проектировании маршрута путешествия нельзя недооценить роль соисполнителей в обслуживании туристов. В конечном счете, контакт с туристами во время путешествия происходит именно на уровне обслуживания, то есть восприятие потребителем тура как качественного продукта во многом зависит от качества каждой отдельной услуги, от ее соответствия уровню потребностей определенной группы туристов. Поэтому при составлении программ туров особое внимание уделяется поставщикам услуг.

Наличие развитой инфраструктуры является неотъемлемым преимуществом туристской дестинации. Большое разнообразие средств размещения, предприятий питания, туристических фирм, обеспечивающих информационное и экскурсионное сопровождение, облегчает туроператорам выбор в процессе подбора соисполнителей услуг и помогает сформировать более качественный продукт.

В таблице 2.2.1 представлен список поставщиков услуг, задействованных в рамках разработанного маршрута путешествия. При выборе предприятий основной акцент делался на наличие высокого качества предоставляемых услуг.

Таблица 2.2.1 – Поставщики услуг

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
Авиакомпания «Уральские авиалинии»	г.Екатеринбург, утренний пер. 1Г	8-800-7700-262 Звонок по РФ бесплатный +7 (499) 920-22-52 Для звонков из других регионов	Российская пассажирская авиакомпания, занимающаяся регулярными и чартерными и внутренними и международными перевозками. Штаб-квартира расположена в Екатеринбурге. Парк воздушных судов авиакомпании «Уральские Авиалинии» состоит из самолетов семейства А320 концерна Airbus. Уральские авиалинии

Продолжение таблицы 2.2.1

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
			<p>входят в ТОП-4 крупнейших российских авиакомпаний (рейтинг Росавиации за январь-ноябрь 2018 года). 9 000 579 пассажиров было перевезено за 2018 год (+13% к показателям 2017 года). География полетов насчитывает более 250 направлений. Ежегодно добавляются рейсы в новые города России, СНГ и стран дальнего зарубежья. Базовые аэропорты для авиакомпании: Москва (Домодедово) и Екатеринбург (Кольцово). Дата основания: 1943 г. Ключевая фигура: Сергей Николаевич Скуратов.</p>
Отель Bridge Resort 4*	Сочи, ул Фигурная, 45	+7 862 444-43-33	<p>Отель Bridge Resort категории 4* – семейный курорт, который включает в себя четырёхзвёздочный отель, медицинский и spa-центры, комплекс бассейнов, собственный пляж на берегу моря, рестораны, бары,</p>

Продолжение таблицы 2.2.1

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
			<p>детские клубы и площадки. Bridge Resort – курорт, расположенный в экологически чистой зоне, тихой и уютной Имеретинской низменности города Сочи, получившей международную известность благодаря XXII зимним Олимпийским играм. Этот район Сочи отличается своим удобством для семейного отдыха: в отличие от Центральных районов города, здесь развита инфраструктура для прогулок с маленькими детьми, равнинная местность позволяет гулять с колясками без каких-либо сложностей. Местоположение отеля уникально: Bridge Resort – самый южный отель России, где с одной стороны открывается вид на Чёрное море, а с другой – на живописные Кавказские хребты. Прозрачный и чистый воздух, горные пейзажи,</p>

Продолжение таблицы 2.2.1

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
			<p>внутреннее убранство комплекса создают атмосферу для расслабленного и спокойного семейного отдыха. Считается, что море и пляжи в Имеретинской низменности – самые лучшие: вода чище и прозрачнее, а отсутствие волнорезов и бетонных конструкций в море делает пляжи более привлекательными и безопасными.</p> <p>Расположение отеля подкупает своим удобством: курорт расположен в Имеретинской низменности, в двух минутах ходьбы от Чёрного моря, в 10 минутах езды до Международного аэропорта Сочи и 40 минутах до Красной Поляны, в пешей доступности от Олимпийского парка.</p> <p>Bridge Resort ежегодно входит в ТОП-5 лучших отелей для семейного отдыха в России по версии Tripadvisor Travellers Choice и ведущего сайта об отелях на русском</p>

Продолжение таблицы 2.1.1

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
			<p>языке TopHotels. Курорт предлагает своим гостям отдых по системе «Всё включено», также вы можете выбрать любой из тарифов: «Полупансион», «Полный пансион», «Завтрак».</p> <p>В Bridge Resort работает большая команда аниматоров, которая предлагает развлечения на любой вкус: детские, спортивные, вечерние, игры в мафию, караоке, танцы, мастер-классы, аквааэробика, зарядка.</p> <p>Главный корпус отеля представлен белоснежным лайнером. Мост – главный символ комплекса, связывающий между собой все здания и дарящий гостям возможность путешествовать по разным уголкам планеты, не покидая территории Bridge Resort. Одиннадцать стран представлены в тематических корпусах-городах Bridge Resort – Вена, Сидней,</p>

Окончание таблицы 2.1.1

Название	Адрес	Контакты	Характеристика
			Париж, Нью-Йорк, Стамбул, Лондон, Афины, Рим, Пекин, Токио, Рио-де-Жанейро.
Туристическая фирма «Анастасия»	Сочи, ул. Конституции СССР, 18А, (офис 316, этаж 3)	8 800 222-42-42	Туристическая фирма «Анастасия» предлагает более 40 экскурсионных туров по Большому Сочи и Абхазии во время которых туристов ждет масса положительных и ярких эмоций. Круглосуточная информационная поддержка. «Анастасия» одно из лидирующих экскурсионных агентств в Сочи. Использует только комфортабельный технически исправный транспорт с кондиционером, микрофоном.
Туристическая фирма «Рута»	Сочи, ул. Чайковского, 17	8 862 296-05-03	«Рута» – туристическая компания. 28 лет назад начали как экскурсионная компания с двумя гидами, а сегодня в штате работает 116 профессиональных сотрудников. Последние 8 лет компания работает с корпоративными клиентами. Легко организует событие любого размера и транспортные услуги в Сочи и Абхазии. В 2018 году проведено 209 российских и международных мероприятий. За время работы создана команда талантливых гидов, которые знают о Сочи все. Преимущества – свой автомобильный парк, авторские маршруты, которые турист не встретит у других компаний и гостеприимство в лучших южных традициях.

На данном этапе отправляются заявки на оказание услуг, поддерживается связь с поставщиками, составляются договора.

Данное предложение будет востребовано на рынке туристских услуг в Челябинской области, так как подобные предложения от иных туристских предприятий отсутствуют.

Когда уже проведены маркетинговые исследования, нужно подумать, как раскрутить свой продукт, показать, почему нужно купить именно этот тур, и в данном случае понадобятся знания о рекламе.

В нашей стране есть все ресурсы для развития туризма. По достопримечательностям и природным условиям Россия стоит на пятом месте в мире. Наши туристы вывозят за рубеж более 40 миллиардов долларов ежегодно, а ввозим мы только 12 миллиардов. Получается противоречивая ситуация, грубо говоря, ресурсы есть, а туристов нет.

Во-первых, следует глубоко изучить и использовать опыт Центрального совета по туризму и экскурсиям, существовавшего в СССР, который успешно решал эти вопросы. Туристов нужно переориентировать на внутренний рынок, для этого необходимо продвигать и реализовывать национальный туристский продукт России.

Во-вторых, нужно построить такие туристические объекты, которые ничуть не уступали бы европейским. Олимпиаду и ЧМ по футболу провели, мост в Крым построили, следовательно, и объекты можем создать. Туризм надо развивать с небольших, но привлекательных и красивых мест, в которых человек будет отдыхать и телом и душой. В каждом регионе есть интересные места – гора, ледник, река, где-то каскад озер. На этих местах нужно создавать свои базы отдыха, где будет отдыхать местное население, но цены должны быть там местные. Потому что если человек получает 20 тысяч рублей, он не будет платить за номер 2-3 тысячи в сутки, а пойдет туда, где 200-300 рублей. Значит, в-третьих, необходимо чтобы стоимость туристских услуг соответствовала ценовым поясам России.

В настоящее время перед предприятиями туризма стоит сложная задача продвижения своих услуг на рынке, полном разнообразных предложений. Для

решения данной задачи активно следует использовать такие инструменты как реклама и связи с общественностью.

Роль рекламы особенно возрастает в условиях рыночной экономики, конкурентной среды, постоянного обновления ассортимента товаров, роста числа туристических организаций.

Достаточно близким к рекламе по своей сути является такой инструмент, как связи с общественностью. Работа в туристской индустрии предполагает проведение различных мероприятий и акций: конференций, выставок, презентаций, собраний праздников, конкурсов, фестивалей, вручения премий и так далее. Их подготовка и проведение должны быть тщательно спланированы. Данные мероприятия имеют различные цели, и в связи с этим отличается и особенность их организации и проведения.

Однако крайне затруднительным и дорогим оказывается размещение информации туроператора о новых продуктах, маршрутах, предложений турагентств о курортах, отелях, пляжах в полном объеме в журналах, газетах, на телевиденье, различных выставках и т.д. Гораздо удобнее и дешевле создать для этого интернет-страницу. К тому же потенциальные клиенты предпочитают знакомиться с предложениями об отдыхе, не отходя от рабочего места, и интернет в этом смысле – незаменим.

При продвижении туристского продукта важным государственным документом является Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.05.2019). Согласно которому, «реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимание к объекту рекламирования, формирование или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке». Реклама охватывает большой, географически разбросанный рынок, расширяет рынки сбыта, выполняет функцию управление спросом, информирует потребителей о появлении нового туристского продукта.

Основные виды рекламы, используемые при продвижении туристского продукта:

Аудиовизуальная реклама – включает в себя рекламные кинофильмы, слайд-фильмы, такой вид рекламы обычно используют на выставках и презентациях;

Радио реклама характеризуется высоким уровнем эмоционального воздействия, возможностью выбора целевой аудитории;

Телевизионная реклама обеспечивает имидж – рекламу туристской организации или региона. Виды рекламы: телеролики, телеобъявления, рекламные передачи, телезаставки;

Реклама в прессе включает различные рекламные материалы (объявления, статьи, репортажи) опубликованные в периодической печати. К печатным изданиям относят узкопрофессиональные издания по туризму, специальные рекламные издания, газеты, журналы, деловые и развлекательные издания;

Печатная реклама реализуется в виде фирменных туристских каталогов компании, проспектов, брошюр, буклетов, рекламных листовок; рекламные сувениры – это фирменные сувенирные изделия, упаковочные материалы;

Прямая почтовая рассылка – метод рассылки рекламных материалов по заранее сформированному списку потенциальных потребителей, по средствам услуг почтовой связи или электронной почты;

Наружная реклама представляет собой декоративно-информационные конструкции, расположенные на наиболее проходимых улицах, проспектах населенных пунктов, транспорте;

К компьютерной рекламе можем отнести рекламу на CD-ROM носителях, создание и обновление информации на web-сайте компании, размещение информации на популярных сайтах.

Участие в работе выставок и ярмарок является эффективным средством формирования маркетинговых коммуникаций туристских предприятий. Выставочные мероприятия позволяют проинформировать о своей фирме и услугах, поддержать имидж и престиж компании, установить деловые контакты, заключить договора, обменяться опытом с коллегами, изучить и

проанализировать предложения конкурентов и спрос. Также выставки позволяют продемонстрировать возможности путешествия в ту или иную страну, привлечь внимание к предлагаемым турам, услышать непосредственное мнение потенциальных клиентов о предлагаемых программах.

Т.к русский человек всегда любил хорошо поесть, выпить и отдохнуть, то гастрономический туризм, это вид туризма, который будет иметь все шансы на развитие в России, но для этого необходим высокий уровень сервиса. Гастрономический туризм сам по себе не появится, специалисты по туризму его тоже должны создавать. Следовательно, одним из важных условий для продвижения и реализации турпродукта является наличие специалистов, которые будут этим заниматься. У нас в стране есть туристская инфраструктура и ее нужно совершенствовать, но самое главное – это люди. Чтобы вывести туризм на новый уровень, нужны новые кадры.

Реклама гастрономического тура в Сочинский туристский район может обеспечиваться созданным буклетом, представленном в приложении В, а также в приложении Б можно увидеть информационный листок туристу, который тоже является рекламной составляющей тура.

2.2 Расчет себестоимости разработанного туристского продукта

Расчет себестоимости продукта – это изучение экономической выгоды, анализ и расчет экономических показателей создаваемого инвестиционного проекта.

Для реализации тура была рассчитана его себестоимость. При расчете себестоимости туристского продукта основными являются затраты, связанные с приобретением прав на услуги сторонних организаций, используемых при производстве туристского продукта:

- транспортные услуги – внутри маршрутный транспорт, перелет, экскурсии;
- проживание (стоимость умножается на ночи);
- страховка;

- экскурсионное обслуживание;
- накладные расходы (10–20 %).

Гастрономический тур в Сочинский район рассчитан для людей с достатком выше среднего. Цель отдыха знакомство с кухней Сочинского района и получение позитивных впечатлений. В тур включены перелет, такси, экскурсии, размещение, питание в ресторанах (стоимость выборного меню не включена).

Транспортное обслуживание. В статью «Транспорт» включены расходы на перелет из одного пункта пребывания в другой. Перелет будет осуществляться авиакомпанией «Уральские авиалинии» по следующему маршруту Челябинск – Адлер – Челябинск. Общая протяженность маршрута составит 4034 км. Стоимость за авиабилеты на 2 человека составит 18000 рублей в обе стороны.

Стоимость проживания рассчитывается, исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, расселения, сезона заезда, количества дней. Тур предполагает проживание в одном отеле. С 16 июля 2018 года при заезде взимается курортный сбор – 10 рублей на человека старше 18 лет в сутки, в соответствии с Федеральным законом от 29 июля 2017 года № 214-ФЗ. Оплата наличными или платежной картой.

Отель «Bridge resort» расположен в Сочи, ул. Фигурная 45. Номер вместимостью два человека обойдется стоимостью 3880 руб. за 1 ночь. Уютный однокомнатный номер площадью 24 м², оформлен в английском стиле. Ванная комната с душевой кабиной плюс халаты, тапочки, банные принадлежности.

Видео/аудио: кабельное телевидение, телевизор; интернет/телефония: Wi-Fi, телефон; электроника: кондиционер, фен; кровати: две односпальные или большая двуспальная кровать; мебель: шкаф для одежды, вешалки, журнальный столик, стулья, багажная тумба, зеркало, мебельный гарнитур, письменный стол.

Прочее: мини-бар, сейф, чайный набор, чайник, гладильная доска, набор посуды, ковровое покрытие, минеральная вода.

Комплекс бассейнов, тренажерный зал, сауна, завтрак включен в стоимость номера. На территории доступны: гладильная комната, парковка, мангальная зона.

Расчет производится по формуле (1):

$$C_{Г1ч} = C_{Г} * K_{д} \quad (1)$$

где $C_{Г}$ – стоимость отеля;

$K_{д}$ – количество дней.

$$C_{Г} = 3880 * 4 = 15520 \text{ рублей}$$

Суммарная стоимость за услуги размещения составит: 15520 рублей на 2 человека, а 7760 рублей на одного человека (см. таблицу 2.2.1).

Таблица 2.2.1 – Смета затрат на проживание

Организация гостиничной сферы	Цена за сут. в руб.	Кол-во суток	Итого за размещение руб.
Отель «Bridge resort»	3880	4	15520
Итого:			15520

При расчете себестоимости гастрономического тура была рассчитана стоимость страхового полиса для одного туриста на всю продолжительность поездки через электронный калькулятор РОСГОССТРАХ. Была выбрана программа «Комфорт», стоимость составила 170 рублей за весь период пребывания на одного человека.

$$170 * 2 = 340 \text{ рублей}$$

Питание на маршруте осуществляется в четырех заведениях. Стоимость выборного меню в стоимость тура не включено. Завтраки по системе «шведский стол» включены в стоимость проживания.

Расходы на экскурсионную программу включают в себя 3 экскурсии. В стоимость экскурсионного обслуживания по маршруту входят: экскурсия на пасеку с дегустацией меда (плюс обед) – стоимость с человека 600 руб. плюс дегустация 250 руб. плюс обед 550 руб., экскурсия с дегустацией вина на гору Ахун и Агурское ущелье – стоимость 600 руб. с человека. Обязательные доплаты (расчет производится на объекте посещения). Посещение башни на горе Ахун: 100 рублей (дети до 10 лет бесплатно); экологический сбор в ущелье: 100 рублей (дети до 10 лет бесплатно); бесплатная дегустация грузинских вин в комплексе «Салхино». Морская рыбалка на яхте с приготовлением свежеевыловленной рыбы, стоимость – 1500 руб. с человека.

Экскурсионное обслуживание рассчитывается по формуле (2):

$$C_э = (C_1 + C_2 + C_3 + \dots + \dots + \dots + \dots + \dots) \quad (2)$$

где C_1, C_2, C_3 – стоимость экскурсий

Затраты на экскурсионное обслуживание смотрите таблицу 2.2.2.

Таблица 2.2.2 – Смета на экскурсионное обслуживание

Наименование экскурсии	Стоимость на 1 человека в руб.	Стоимость на 2 человека в руб.
Экскурсия на пасеку с дегустацией меда (плюс обед)	1400	2800
Экскурсия с дегустацией вина на гору Ахун и Агурское ущелье	600	1200
Посещение башни на горе Ахун плюс экологический сбор	200	400
Морская рыбалка на яхте с приготовлением свежесвыловленной рыбы	1500	3000
Итого:	3700	7400

В статью «Прочие расходы» включены затраты на такси и непредвиденные затраты. В прочие расходы заложено 1000 рублей на человека.

Итак, исходя из всего вышеперечисленного произведены подсчеты себестоимости одной путевки и общая смета затрат на 2 человека, данные которых представлены в таблице 2.2.3.

Таблица 2.2.3 Калькуляция себестоимости путевки и сметы затрат по туру в Сочинский район

Калькуляционные статьи	Показатели на 1 человека в руб.	Показатели на 2 человека в руб.
Транспорт	9000	18000
Проживание	7760	15520
Экскурсионное обслуживание	3700	7400
Страховка	170	340
Прочие расходы	1000	2000
Производственная стоимость тура	21630	43260
Коммерческие расходы 20%	4326	8652
Полная себестоимость (розничная цена)	25956	51912

Таким образом, цена тура на одного человека составила 25956 рублей, на 2 человека 51912 рублей.

Далее производится расчет точки безубыточности и выясняется, какое количество туристских путевок по одной цене нужно продавать в месяц при заданных постоянных расходах туристской фирмы. Для этого нужно рассчитать расходы турфирмы в месяц, они представлены в таблице 2.2.4.

Таблица 2.2.4 – Расходы турфирмы

Статья расходов	Период 1 мес, руб.
Аренда помещения, 15 кв.м	15000
Услуги связи	1500
Интернет	2000
Вода (кулер)	500
Канцелярские товары	1000
Прочие административные расходы	1000
Заработная плата персонала	
Директор	35000
Менеджер	15000
Бухгалтер (аутсорсинг)	10000
Уборщица	3000
Рекламный бюджет	
Полиграфия	2000
Реклама в Интернете	5000
Плановые ежеквартальные расходы (в расчете на 1 месяц)	
Юридическое абонентское обслуживание	7000
Оплата систем онлайн-бронирования и поиска туров	1200
Заправка картриджей	400
Непредвиденные расходы	1000
Итого	100600

В данном туре все затраты относятся к переменным: перелет 9000 рублей, размещение 7760 рублей, экскурсионное обслуживание 3700 рублей, страховка 170 рублей, прочие расходы 1000 рублей. Переменные затраты составляют 21630 рубля.

Для расчета точки безубыточности необходимы следующие данные: сумма постоянных расходов турфирмы в месяц – 100600 руб., производственная

себестоимость – 21630 руб., полная себестоимость – 25956 руб.

Расчет точки безубыточности приведен в таблице 2.2.5.

Таблица 2.2.5 – Расчет точки безубыточности

Объем производства (количество проданных путевок)	Постоянные затраты	Переменные затраты	Общие затраты	Доход	Маржинальный доход	Чистая прибыль
1	100600	21630	122230	25956	4326	-96274
2	100600	43260	143860	51912	8652	-91948
3	100600	64890	165490	77868	12978	-87622
4	100600	86520	187120	103824	17304	-83296
5	100600	108150	208750	129780	21630	-78970
6	100600	129780	230380	155736	25956	-74644
7	100600	151410	252010	181692	30282	-70318
8	100600	173040	273640	207648	34608	-65992
9	100600	194670	295270	233604	38934	-61666
10	100600	216300	316900	259560	43260	-57340
11	100600	237930	338530	285516	47586	-53014
12	100600	259560	360160	311472	51912	-48688
13	100600	281190	381790	337428	56238	-44362
14	100600	302820	403420	363384	60564	-40036
15	100600	324450	425050	389340	64890	-35710
16	100600	346080	446680	415296	69216	-31384
17	100600	367710	468310	441252	73542	-27058
18	100600	389340	489940	467208	77868	-22732
19	100600	410970	511570	493164	82194	-18406
20	100600	432600	533200	519120	86520	-14080
21	100600	454230	554830	545076	90846	-9754
22	100600	475860	576460	571032	95172	-5428
23	100600	497490	598090	596988	99498	-1102
24	100600	519120	619720	622944	103824	3224

Исходя из полученных данных, был сделан вывод, что точка безубыточности составляет 24 путевки. Это означает, что для покрытия постоянных расходов турфирмы в месяц, равных 100600 рублей, необходимо продать минимум 24 путевки.

При нахождении точки безубыточности тура используется графический метод, при котором построение комплексного графика сводится к переменным «затраты – объем производства – прибыль».

Графически точка безубыточности представлена на рисунке 2.2.1.

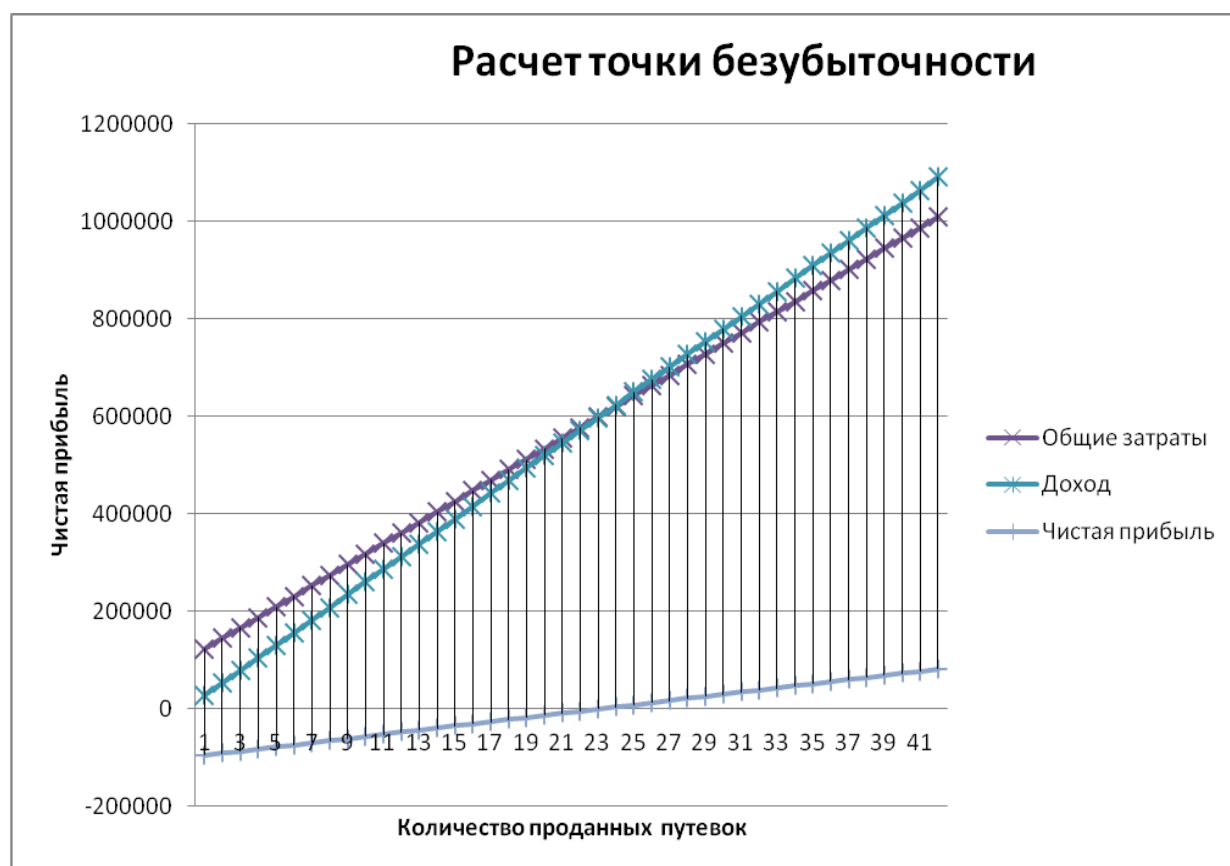


Рисунок 2.2.1 – Точка безубыточности

2.3 Обеспечение безопасности туристов во время реализации тура

Обеспечение безопасности туристского путешествия – это одна из самых важных и трудных задач в туризме. От безопасности во многом зависят комфорт и чувство удовлетворенности туриста, однако существует множество факторов способных негативно отразиться на них. Поэтому для современных туристских организаций очень важно заботиться о безопасности своих клиентов.

При проектировании гастрономического тура следует опираться на государственные стандарты, принятые на территории СССР и Российской Федерации.

При проектировании гастрономического тура в Сочинский район были учтены требования следующих государственных стандартов:

- ГОСТ 32611–2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»;
- ГОСТ Р 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»
- ГОСТ Р 51825–2001 «Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования»;
- ГОСТ Р 51185–2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;
- ГОСТ 31984–2012 «Услуги общественного питания. Общие требования»;
- ГОСТ Р 54604–2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования;
- ГОСТ Р 56643–2015 «Туристские услуги. Личная безопасность туриста».

Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов изложены в ГОСТ 32611–2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов». Данный стандарт предназначен для предприятий всех организационно-правовых форм и для предприятий, которые оказывают туристские услуги населению [1].

В соответствии со стандартом при оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни, здоровья и имущества туристов, как при обычных условиях, так и при чрезвычайных ситуациях.

Согласно данному документу безопасность туристов (экскурсантов) при совершении путешествия распространяется на:

- жизнь, здоровье, личную неприкосновенность туриста (экскурсанта), включая физическое и психическое состояние, а также частную жизнь;
- имущество туриста, в том числе предметы туристского снаряжения и инвентаря, багаж, предметы личного обихода и другие предметы, которые используются и (или) приобретены туристом во время путешествия [1].

К основным факторам, оказывающим влияние на безопасность туристов при оказании туристской услуги, относятся:

- географические и природные особенности места пребывания туристов (морская, горная, пустынная местности, климат, наличие специфических животных и насекомых и так далее);
- культурная, социальная среда временного пребывания, особенности местной пищи, язык, культурные, религиозные и этнические традиции и так далее;
- особенности видов туристских путешествий (экстремальный туризм, спортивно-оздоровительный туризм и другие);
- уровень качества и безопасности оказываемых услуг;
- соблюдение туристами правил личной безопасности, в том числе законов, правил и традиций места временного пребывания, санитарно-эпидемиологических норм и правил специальных предписаний, указаний и инструкций органов власти, специализированных служб по чрезвычайным ситуациям МЧС, сопровождающих гидов и инструкторов-проводников, а также использование средств индивидуальной защиты [1].

В результате воздействия различных источников опасности (природных, техногенных, социальных, чрезвычайных ситуаций) при оказании услуг туристы могут быть подвергнуты следующим рискам: травмоопасность, пожароопасность, гидрометеорологическая опасность, биологическая, психофизиологическая, экологическая, токсикологическая, радиоактивная, криминогенная, военно-политическая опасности, а также специфические риски.

Согласно данному стандарту был произведен анализ проектируемого тура в Сочинский район на наличие опасных и вредных факторов и выявлен источник опасности и уровень его проявления для человека.

Одним из ведущих факторов риска является травмоопасность. Травмоопасность – состояние, характеризующееся повышенным риском получения травм [1]. По своим климатическим условиям, Сочи город уникальный. Главный Кавказский хребет защищает город от холодных ветров, а Черное море насыщает теплом. Сочинцам знакомы три времени года: поздняя осень здесь сменяется ранней весной, минуя зиму. Сочи единственный город в

России, прогуливаясь по улицам которого можно запросто встретить пальмы и магнолии, мандарины и лимоны, кипарисы и самшит. Здесь выращивают самый северный в мире чай. Весь Сочинский район представлен разнообразным ландшафтом. Невозможно не восхищаться естественным ландшафтом города: бурные реки, горные ущелья, водопады и высокогорные озера – все это Сочи. Следовательно, экскурсии могут быть травмоопасными. Снижение травмоопасности на маршруте обеспечивается за счет использования удобной обуви и одежды. Кроме того перед началом экскурсий по территории курорта будет проводиться инструктаж по технике безопасности, который предупреждает о возможных факторах риска и мерах по предупреждению травм.

Следующий фактор риска – воздействие окружающей среды, а именно повышенная температура воздуха. Местоположение области характеризуется субтропическим климатом, с жарким летом. Вследствие значительной близости к морю, здесь также преобладает влажный воздух. Предупреждение и снижение воздействия данного фактора риска обеспечивается за счет выбора благоприятного времени суток для проведения экскурсии. Экскурсии будут проводиться утром и после обеда. Проектируемый тур предполагает переезды на автобусе. Выбранные автобусы оснащены устройствами кондиционирования, отопления. Для снижения воздействия на организм повышенных температур во время экскурсий рекомендуется использовать головные уборы.

Пожароопасность – опасность, представляющая риск возгорания [1]. Данный фактор риска может возникнуть на протяжении всего тура. Все посещаемые предприятия имеют планы эвакуации, огнетушители, системы оповещения. Эвакуационные пути и выходы в зданиях и сооружениях обеспечивают безопасную эвакуацию людей. Оповещение о пожаре ведется с помощью подачи звуковых и речевых сигналов во все помещения, размещения и обеспечения освещения знаков пожарной безопасности на путях эвакуации.

Биологическая опасность – опасность, возникающая при воздействии на туриста болезнетворных микробов, бактерий, вирусов, при контакте с ядовитыми растениями и животными и употреблении некачественных продуктов питания [1].

Для предотвращения воздействия данного фактора риска выбирались предприятия питания, предлагающие качественную продукцию с хорошей репутацией.

Психофизиологическая опасность – опасность, возникающая при физических и нервно–психических перегрузках туристов во время путешествия или в процессе оказания туристских услуг [1]. Для снижения воздействия данного фактора риска была составлена рациональная программа тура, предусматривающая нормальные условия для жизнедеятельности человека (сон, прием пищи, удовлетворение санитарных и бытовых потребностей). Также были выбраны современные автобусы с удобными сидениями и системами кондиционирования.

Гастрономический тур был разработан согласно ГОСТ Р 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», который устанавливает порядок разработки документации при проектировании туристских услуг, разработан туристический маршрут (программа тура), составлена технологическая карта туристского путешествия, информационный листок [4].

Согласно стандарту проектируемый тур можно отнести к внутреннему туризму. Под внутренним туризмом понимается путешествия, совершаемые в пределах страны. Основная цель тура – знакомство с кухней Сочинского района. Во время таких туров потребитель посещает рестораны с национальной кухней, принимает участие в гастрономических мероприятиях и приготовлении местных блюд, знакомится с историей и рецептурой национальной еды и напитков, дегустирует напитки и путешествует по местам выращивания, сбора и производства интересующих его продуктов. Однако гастрономический тур как услуга, это нечто большее, чем просто путешествие, поскольку он является хорошо продуманным комплексом мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, а также отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый вкус. Программа предполагает достаточное количество свободного времени для отдыха на пляжах курорта и экскурсионное обслуживание, которое тесно связано с гастрономическим направлением.

В проектируемый тур включено оказание таких услуг:

- размещения;
- питания;
- транспортные;
- экскурсионные.

Транспортные услуги являются важнейшим элементом туристской инфраструктуры и входят в основной комплекс услуг, включаемых в состав туристского продукта. Поэтому вопросы безопасности при перевозке туристов необходимо рассматривать в первую очередь.

Перелет на воздушном судне предполагает соблюдение особых правил, которые изложены в Приказе Минтранса России от 28.06.2007 № 82 (ред. от 14.01.2019) «Об утверждении Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей» (Зарегистрировано в Минюсте России 27.09.2007 № 10186).

Также дополнительной важной информацией для туристов будет Ост 54–1–283.01–94. Система качества перевозок и обслуживания пассажиров воздушным транспортом. Услуги для пассажиров на борту воздушных судов внутренних воздушных линий Российской Федерации Основные требования. Отраслевой стандарт. Настоящий стандарт устанавливает основные требования, определяющие перечень обязательных и рекомендуемых услуг, предоставляемых пассажирам на борту воздушных судов, выполняющих полеты на внутренних воздушных линиях РФ. ОСТ 54–1–283.02–94 Система качества перевозок и обслуживания пассажиров воздушным транспортом. Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропортах Основные требования. Настоящий стандарт устанавливает основные требования, определяющие условия предоставления услуг пассажирам в аэропортах.

Требования безопасности при организации рассматриваются в Федеральном законе «О транспортной безопасности», ГОСТ Р 51825–2001 «Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования», Постановлении

Правительства РФ N 112 «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом».

Переезд во время тура будет осуществляться на автобусе и такси. Безопасность перевозок туристов по маршруту соответствует требованиям ГОСТ Р 51825–2001 «Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования». Безопасность перевозок туристов предполагается за счет использования транспорта технически исправленного, имеющего аптечку и огнетушитель [5]. Автотранспортные средства выбранного нами перевозчика зарегистрированы в органах государственной инспекции безопасности дорожного движения, не имеют неисправностей, имеют документальное подтверждение современного прохождения технического осмотра.

Автобусы, которые предлагают туристические, предназначены для пассажирских перевозок, оборудованы мягкой подвеской, регулируемые креслами, устройством кондиционирования, ремнями безопасности, низким уровнем шума и вибрации, большим запасом хода с одной заправки.

Требования к микроклимату в автобусе регламентируются ГОСТами, санитарно-гигиеническими нормами и международными стандартами. Так, система кондиционирования воздуха должна обеспечить микроклимат во всех интервалах наружных температур в пределах 22-24°C при воздухообмене 0,15 м³/с (первый уровень комфорта). Уровень шума во всех частях салона не должен превышать 72 дБ (в районе силового агрегата – 74 дБ). Уровень инфразвука в любой точке салонов не должен быть более 96 дБ. Содержание вредных паров и примесей в воздухе салона регламентируется нормами ГОСТа 121012–78. Вибрация в салоне не должна превышать требования стандарта ИСО 025313–68. Шаг сидений в автобусе – 80-85 см; должно быть предусмотрено поворотное сидение для экскурсовода. Рабочее место должно быть отгорожено перегородкой от салона.

Стекла автобуса на боковых окнах должны быть двойными, детермальными, с покрытиями, уменьшающими теплообмен салона с внешней средой, эти стекла

должны иметь положительную кривизну. Лобовое стекло должно быть типа «Триплекс», детермальное. На боковых и лобовых стеклах, помимо занавесок, должны быть предусмотрены специальные рулонные противосолнечные шторы.

Багажники в подпольной части автобуса должны быть из расчета 0,15 м³/чел. и иметь освещение. В салоне должны быть мусорные ящики. В автобусах класса «люкс» должно быть предусмотрено индивидуальное освещение. В салоне должен быть термос с питьевой водой из расчета 0,2 л на 1 человека (на южных направлениях из расчета 0,4 л на 1 человека).

Если силовая установка автобуса расположена сзади, то над ней не устанавливаются сидения. Эта часть должна иметь перегородку от салона, за которой могут быть размещены туалет, умывальник, гардероб и др.

Для дальних маршрутов предусматриваются видеоманитофон с несколькими мониторами (телевизорами) и пультом дистанционного управления, портативная магнитола, а также радиотелефон или рация с симплексной связью.

Водитель на туристском маршруте должен быть в форменной или другой чистой и опрятной одежде. Он должен иметь водительские права соответствующей категории, лицензию, кредитно-бензиновую карточку или талоны на заправку, путевой лист, атлас автомобильных дорог, план-схему маршрута, транспортную туристскую карточку и другую туристскую документацию.

На туристские маршруты допускаются водители, прошедшие соответствующую стажировку, в том числе на данном туристском маршруте, тщательно подготовившие свой автобус к рейсу, получившие соответствующий инструктаж, прошедшие медицинское освидетельствование. Водителю категорически запрещается выезд на туристско-экскурсионный маршрут на неисправном автобусе, самовольно изменять путь следования по маршруту, если это не диктуется требованиями безопасности движения. Запрещается также начинать движение с открытыми дверями. Водитель на маршруте не имеет права перевоза в автобусе посторонних лиц, разговаривать с туристами во время движения, вмешиваться в работу экскурсовода или гида.

На внутренних туристских маршрутах используются автобусы различных классов в зависимости от дальности поездки, числа туристов в группе, категории маршрута, уровня комфорта и т.д.

Экскурсионное обслуживание индивидуальных туристов и небольших туристских групп осуществляется легковыми автомобилями и микроавтобусами типа РАФ, УАЗ или зарубежными аналогами. Группы туристов в количестве 15-20 человек обслуживаются отечественными автобусами моделей ПАЗ, КАВЗ или зарубежными автобусами аналогичной вместимости; группы 35-40 человек – автобусами ЛАЗ, Икарус, ТАМ, Мерседес, Рено, Неоплан, Вольво и др.

Посадка пассажиров будет производиться в неподвижно стоящее транспортное средство. Количество перевозимых пассажиров не должно превышать норму вместимости.

Технологический процесс должен выполняться с обязательным соблюдением режимов труда и отдыха водителей. Водитель автобуса обязаны соблюдать общепринятые нормы поведения (вежливость, доброжелательность, культуру речи, внешний вид).

Одним из основных элементов туристского продукта также являются услуги размещения. В средствах размещения должны быть обеспечены безопасные условия для жизни и здоровья проживающих туристов, сохранность их имущества и соблюдаться правила и требования, установленные следующим документом ГОСТ Р 51185–2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» [6].

Организация размещения будет производиться в отеле Bridge resort 4*.

Данное предприятие размещения предложенное на маршруте соответствуют требованиям ГОСТ Р 51185–2014 а именно: на территории имеются наличие удобных подъездов; прилегающая территория благоустроена и хорошо освещена в ночное время; имеется стоянка с твердым покрытием для кратковременной парковки; в жилых помещениях имеется естественное и искусственное освещение; горячее и холодное водоснабжение.

В жилых комнатах имеются кровать, тумбочка, стулья, постельные принадлежности, прикроватный коврик, зеркало, плотные занавеси, потолочные и прикроватные светильники, электророзетки с указанием напряжения, дверные электронные замки. Санузел располагается в номерах.

Во время пребывания туристов в отеле должны оказываться такие услуги как уборка комнаты к заезду посетителей, смена постельного белья и полотенец. Также осуществляться уборка общественных помещений. Соблюдаться санитарно-гигиенические правила и нормы в номерах.

Уровень шума на территории и в жилых помещениях не должен превышать нормы, установленные стандартами.

Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности. В зданиях предусмотрены эвакуационные пути и выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели для обеспечения свободной ориентации, как в обычной, так и в чрезвычайной ситуациях, планы эвакуации. Средства размещения оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения и средствами защиты от пожара [6].

Не менее важным аспектом туристского продукта являются услуги питания. Вопросы безопасности услуг питания рассматриваются в ГОСТ 31984–2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» [2]. Установлены следующие требования безопасности услуг общественного питания:

- при оказании услуг общественного питания на предприятиях общественного питания должны обеспечиваться безопасные условия для жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества, соблюдаться нормативные правовые документы, действующие на территории государства, принявшего стандарт;
- продукция общественного питания должна соответствовать требованиям технических документов на продукцию конкретных видов;
- персонал предприятий общественного питания должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах;

- при оказании услуг общественного питания на предприятиях общественного питания должны обеспечиваться требования охраны окружающей среды, в том числе к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, вентиляции, водоснабжению, канализации и другим требованиям [2].

В разработанном гастрономическом туре питание осуществляется в пяти предприятиях общественного питания: ресторан при отеле «Bridge», ресторан «Кавказский аул», ресторан «Баран-Рапан», ресторан «Батоно» и ресторан «Босфор». Оказание услуг питания во всех заведениях должно соответствовать вышеперечисленным требованиям законодательства.

Поскольку программа проектируемого туристского продукта включает в себя экскурсионное обслуживание, необходимо рассмотреть такой аспект, как требования безопасности экскурсионных услуг:

- экскурсионные услуги должны соответствовать требованиям безопасности к процессам оказания и результатам услуг, обеспечивать сохранность жизни, здоровья и имущества экскурсантов в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации;

- сохранность имущества экскурсантов может быть обеспечена гарантией компенсации ущерба или определена условиями страхования имущества экскурсантов;

- при оказании экскурсионных услуг должна быть обеспечена экологическая безопасность, предусматривающая предотвращение возможности оказания вредных воздействий на окружающую среду: флору, фауну, воздушный и водный бассейны, почву, недра, ионосферу и т.п.;

- при проведении транспортных экскурсий должно быть обеспечено соблюдение требований действующего законодательства Российской Федерации по транспортной безопасности [7].

На всем маршруте туристы обязаны соблюдать правила личной безопасности, согласно ГОСТ Р 56643–2015 «Туристские услуги. Личная безопасность туриста»: следовать инструкциям по безопасности, соблюдать правила поведения в обычных и чрезвычайных ситуациях; своим поведением, действиями на маршруте

способствовать установлению дружеских отношений в группе, других туристских группах и с местными жителями, учитывать их традиции, обычаи и особенности культуры; сохранять природу и окружающую среду, бережно относиться к природным богатствам и соблюдать природоохранное законодательство; соблюдать правила безопасности при нахождении в транспорте, средствах размещения, на маршрутах.

Перед путешествием каждому туристу обязаны предоставить инструкцию по обеспечению безопасности в письменном виде. Также провести устный инструктаж с туристами. Все участники туристского маршрута должны подписать соответствующие бумаги о том, что инструктажи проведены и они обо всём предупреждены.

Для прохождения регистрации на рейс необходимо взять паспорт Российской Федерации. Стоит отметить, что при проектировании тура учитывались особенности выбранного направления. При реализации турпродукта важно помнить, что климат в Сочи субтропический, лето обычно жаркое и влажное, поэтому туристам рекомендуется брать с собой головные уборы, солнцезащитные средства и пару, теплых вещей.

Таким образом, обеспечение безопасности туристов одна из главных проблем во время путешествия. Поэтому при организации туристических поездок следует максимально точно изучать район, в котором будет проходить путешествие, важно находить достоверную информацию о дестинации, погодных, социальных условий в целях собственной безопасности.

Необходимо минимизировать риски опасности в туризме до допустимого уровня на стадии проектирования тура, выявлять возможные источники опасности и разрабатывать меры по обеспечению требований безопасности туристов в соответствии с нормативами.

Проектируемый рекреационный тур в Сочинский район соответствует всем требованиям безопасности согласно стандартам, указанным в параграфе.

Выводы по главе два

Во время разработки туристского продукта были изучены, проанализированы и охарактеризованы различные предприятия питания, отель, авиакомпания и туристические фирмы, оказывающие экскурсионные услуги.

Были рассмотрены ГОСТы и ОСТы, которые устанавливают требования по обеспечению безопасности туристов во время реализации тура.

Также во второй главе произведен расчет себестоимости и точки безубыточности для разработанного гастрономического тура в Сочинский туристский район, где, исходя из полученных данных, чтобы турфирма окупила свои расходы и получила прибыль, нужно продать 24 путевки.

Итогами второй главы стали: разработанный тур, расписанная программа, дизайн рекламного буклета, составленные технологическая карта, представленная в приложении А и информационный листок, представленный в приложении Б.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью выпускной квалификационной работы является проектирование гастрономического тура в Сочинский туристский район.

Для достижения цели были решены следующие задачи:

При решении первой задачи, отмечено, что вся туристская индустрия, как и другие виды деятельности на территории Российской Федерации, подчиняются нормативными и правовым актам, таким как: Конституции РФ, Гражданскому кодексу РФ, Федеральным законам РФ и Государственным стандартам РФ.

В ходе решения второй задачи была собрана и проанализирована информация о гастрономических туристских центрах Сочинского района. Также выявлено, что Сочинский туристский район стал одним из самых популярных для посещения туристами и вошел в тройку лидирующих направлений по данным 2018 года. Следовательно, туристский потенциал используется хорошо, инфраструктура развита на высоком уровне, индустрию туризма можно развивать и совершенствовать, создавая новые интересные туры.

При решении третьей задачи была затронута тема моделирования в туристской индустрии. На основе ГОСТ Р 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» и работ Ю.А. Колесова была создана модель тура, которая включает в себя: виды туристских услуг, основную направленность туристской услуги, маршрут путешествия и перечень соисполнителей.

И наконец, в ходе решения заключительной, было произведено технико-экономическое обоснование гастрономического тура, что включает в себя расчет себестоимости тура и расчет точки безубыточности. Исходя из полученных данных, полная себестоимость тура составила 51912 рублей на 2 человека, из этого был сделан вывод, что для покрытия постоянных расходов турфирмы в месяц, равных 100600 рублей, необходимо продать минимум 24 путевки.

В итоге решены поставленные задачи, цель была достигнута.

Новизна выпускной квалификационной работы заключается в создании нового туристского продукта на туристическом рынке, связанного с внедрением гастрономически привлекательных объектов, позволяющих воспринимать Сочинский район, как Землю, которая всегда обеспечит туриста сытной едой и вкусным вином. Тур рассчитан на 5 дней и 4 ночи по маршруту: Челябинск – Сочи – Челябинск. В ходе тура посещаются такие гастрономические объекты как легендарный ресторан «Кавказский аул», экскурсия на пасеку с дегустацией меда, экскурсия с дегустацией вина, ресторан «Баран-рапан», «Босфор» и др.

Практическая значимость ВКР заключается в том, что материалы данной работы могут быть использованы в деятельности туристских организаций для формирования, реализации и продвижения турпродукта, а также в работе туристических фирм на российском рынке.

При реализации турпродукта важно помнить о климатических особенностях региона, об особенностях мобильной связи и о других важных аспектах места временного пребывания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 ГОСТ 32611–2014. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.01.2016.– М.: Стандартиформ, 2014. – 10 с.
- 2 ГОСТ 31984–2012. Услуги общественного питания. Общие требования. Введен 01.01.2015. – М.: Стандартиформ, 2014. – 8 с.
- 3 ГОСТ 50690–2017. Туристские услуги. Общие требования. Введен 06.01.2018. – М.: Стандартиформ, 2017.– 9 с.
- 4 ГОСТ 50681–2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введен 07.01.2011.– М.: Стандартиформ, 2011.– 16 с.
- 5 ГОСТ 51825–2001. Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования. Введен 01.07.2002. – М.: ИПК Издательство стандартов, 2002. – 10 с.
- 6 ГОСТ 51185–2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Введен 01.01.2016. – М.: Стандартиформ, 2015. – 18 с.
- 7 ГОСТ 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. Введен 01.07.2012. – М.: Стандартиформ, 2012. – 8 с.
- 8 ГОСТ 56643–2015. Туристские услуги. Личная безопасность туриста. Введен 01.07.2016. – М.: Стандартиформ, 2016. – 12 с.
- 9 Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300–1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей», 1992. – 34 с.
- 10 Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132–ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», 1996. – 35 с.
- 11 Федеральный Закон от 15.08.1996 г. № 114–ФЗ (ред. от 11.10.2018) «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию», 1996. – 64 с.
- 12 Абрамкина, Т.Н. Гастрономическая составляющая регионального турпродукта/ Материалы II Международной студенческой научнопрактической конференции «Туризм как фактор социальноэкономического развития

территорий»/ Т.Н. Абрамкина. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2012. – 43 с.

13 Аганина, А. А. Гастрономический туризм как перспективное направление развития туристской деятельности в Санкт – Петербурге/ А.А. Аганина. – Саратов: Фрегат, 2016. – 13 с.

14 Артюхов, С.А. История Большого Сочи 1837–1918 гг./ С.А. Артюхов. – Сочи: Линия, 2008. – 82 с.

15 Голубев, П.М. Сочи – Красная Поляна. Путеводитель/ П.М. Голубев. – М.: Советская Россия, 1987. – 224 с.

16 Гончарова, И.В. Маркетинг туризма: учебное пособие/ И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.

17 Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта / О.Ю. Грачева, Л. А. Мишина. – М.: ИТК «Дашков и К», 2008. – 276 с.

18 Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие/ В.Г. Гуляев. – М.: Нолидж, 1996г. – 174 с.

19 Драчева, Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы// Журнал Российские регионы: взгляд в будущее/ Е.Л. Драчева. – М.: Полет, 2015. – 50 с.

20 Дехтярь, Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме/ Г.М. Дехтярь. – М: Финансы и статистика, 2006. – 256 с.

21 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник/ Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 480 с.

22 Колесова, Ю.А. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие/ Ю.А. Колесова. – М: ИНФРА-М, 2016. – 352 с.

23 Казначеева, С.Н. Кросс-маркетинг как элемент инновационного маркетингового менеджмента в туризме/ С.Н. Казначеева, Е.А. Челнокова// Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение, 2015. – 37с.

24 Кляп, М.П. Современные разновидности туризма/учебное пособие/ М.П. Кляп. – М.: Знание, 2011. – 334 с.

25 Кистерева, Е.В. Методика расчета себестоимости продукции/ Е.В. Кистерева. – М.: Справочник экономиста, 2006. – №7. – 27 с.

26 Королева, И.С. Инновационные виды туризма/ Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции/ И.С. Королева, И.Д. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2013. – 22 с.

27 Лупандин, С.А. Туристские путешествия по СССР/ С.А. Лупандин, В.Г. Пеунов. – М.: Профиздат, 1978. – 224 с.

28 Линькова, А.А. Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий// Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар: Кубанский государственный университет., 2014. – 190 с.

29 Ляшко, Г.И. Туризм. Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах/ Г.И. Ляшко, П.П. Маркин, В.А. Ситников, И.И. Бутко, П.П. Ситников. – Ростов-на-Дону.: МарТ, 2011. – 576 с.

30 Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): учебно-методический комплекс/ А.М. Лопарева. – М.: ФОРУМ–М, 2013. – 400 с.

31 Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство/ О.Т. Лойко. – Томск.: ТПУ, 2005. – 152 с.

32 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме/ М.М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 144 с.

33 Нехаева, Н.Е. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России/ сборник статей по материалам 34 международной научно-практической конференции «Естественные и математические науки в современном мире» /Н. Е. Нехаева. – Новосибирск: СибАК., 2015. – 87 с.

34 Олзоева, С.И. Моделирование и расчёт распределённых информационных систем: учебное пособие/ С.И. Олзоева. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2004. – 67 с.

35 Сычева, В.О. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире// Журнал Концепт. Саратов, 2014. – 130 с.

36 Третьякова, Т.Н. Основы туризма: курс лекций для студентов высших учебных заведений/ Т.Н. Третьякова. – Челябинск: ФГОУ ВПО Урал-ГУФК, 2007. – 272 с.

37 Тюрина, И. Д. Гастрономический туризм как инновационный сегмент в сфере питания и сервиса/ Сборник статей Международной научно-практической конференции «Продовольственный рынок: состояние, перспективы, угрозы»/ И. Д. Тюрина, Н. П. Васильева. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2015. – 186 с.

38 Урядова, А.В. Специальные виды туризма/ учебное пособие/ А.В. Урядова, Д.А. Савин. – Ярославль: Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, 2013. – 128 с.

39 Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для СПО / В.Г. Шубаева, И.О. Сердобольская. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 120 с.

40 Авиакомпания «Уральские авиалинии» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uralairlines.ru> (дата обращения: 10.04.2019).

41 Аэропорт «Баландино» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sekport.ru> (дата обращения: 10.04.2019).

42 Аэропорт «Сочи» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aer.aero> (дата обращения: 20.04.2019).

43 Отель «Bridge resort» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brsochi.ru> (дата обращения: 15.03.2019).

44 Ресторан «Кавказский аул» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://anna-family.ru/aul.html> (дата обращения: 10.04.2019).

45 Ресторан «Баран-рапан» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://baranrapan.ru> (дата обращения: 10.04.2019).

46 Ресторан «Босфор» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://im-hotel.ru/restaurants/?active-item=rybnyu-restoran-bosfor> (дата обращения: 17.04.2019).

47 Туристическая фирма «Рута» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutasochi.ru/about/> (дата обращения: 10.04.2019).

48 Туристическая фирма «Анастасия» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.anastasiyasochi.ru> (дата обращения: 15.04.2019).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Технологическая карта маршрута

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

на май 2019 г.

Маршрут путешествия Гастрономический тур в Сочинский район

наименование и вид маршрута
Протяженность маршрута (км) 2070
Продолжительность путешествия (суток) 4
Число туристов в группе (рекомендуемое) 2 человек
Стоимость (ориентировочная) 21460 рублей
Программа обслуживания туристов по маршруту (см. таблицу А.1)

Таблица А.1 – Технологическая карта маршрута путешествия «Гастрономический тур в Сочинский туристский район»

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов.	Перевозка туристов	Другие услуги
Отрезок маршрута город Челябинск – Сочи. Расстояние между пунктами 2015 км. Способ передвижения: самолет.	«Отель Bridge Resort категории 4* четырёхзвёздочный отель. Номера вместимостью два–три человека, состоят из комнаты и санузла.	При проектировании маршрута путешествия были выбраны следующие объекты, выражающие сущность гастрономического туризма:	Авиакомпания «Уральские авиалинии»	Завтраки по программе «шведский стол» Посещение аква-зоны в отеле «Bridge»

Окончание таблицы А.1

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов.	Перевозка туристов	Другие услуги
Время вылета из Челябинска 09:30. Время прибытия в Сочи 10:55(время местное).		ресторан «Кавказский аул», пасека Гамзата, ресторан «Баран-Рапан», Агурское ущелье с дегустацией вина, ресторан «Батоно», ресторан «Босфор». Также в тур включена морская рыбалка на катере в открытом море с купанием и приготовлением улова.		
Отрезок маршрута Сочи – город Челябинск. Расстояние между пунктами 2015 км. Способ передвижения: самолет. Время выезда из отеля 10:00 (5 день), прибытие в Челябинск 17:00.	–	–	Авиакомпания «Уральские авиалинии»	–

Размещение туристов осуществляется в отеле «Bridge resort 4*»

Перевозки осуществляются авиакомпанией «Уральские авиалинии».

Питание туристов осуществляются предприятиями: ресторан «Кавказский аул» г. Сочи, Агурское ущелье, 1, пасека Гамзата г. Сочи с. Казачий Брод, ул. Краснофлотская, 3а, ресторан «Баран-Рапан» г. Сочи, микрорайон Центральный, Театральная ул., 11, ресторан «Батоно» Сочи, микрорайон Адлер, ул. Бстужева 1/1, ресторан «Босфор» г. Сочи, морской бульвар, 1.

Окончание приложения А

Экскурсионные услуги предоставляются предприятиями: туристическая фирма «Рута», адрес г. Сочи, ул. Чайковского, 17, туристическая фирма «Анастасия» Сочи, ул. Конституции СССР, 18А, (офис 316, этаж 3).

Краткое описание путешествия: проектируемый туристский маршрут проходит в Сочинском районе. Тур предполагает посещение семь объектов гастрономического туризма. Местность является популярным субтропическим курортом; Этимологию слова «сочи» некоторые производят от адыгского Сеттэ, что означает — дарю, одариваю. Город Сочи – крупнейший курортный город России, важный транспортный узел, а также крупный экономический и культурный центр черноморского побережья России.

Для посещения были выбраны объекты высокого уровня и комфорта.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Информационный лист туристской путевки

Маршрут путешествия: Челябинск – Сочи– Челябинск.

Вид маршрута: воздушные перевозки.

Протяженность маршрута: 4034 км.

Продолжительность путешествия: 5 дней/4 ночи.

Число туристов в группе (рекомендуемое): 2 человека.

Стоимость (ориентировочная): 21460 рублей на одного туриста

Возрастных ограничений не имеется.

В стоимость входит: проезд, питание завтрак по системе «шведский стол» (стоимость выборного меню в тур не включена), экскурсионное обслуживание, входные билеты на платные объекты.

Гастрономический тур в Сочинский район набирает всё большую популярность и гостям Сочи интересно не только посетить достопримечательности, но и попробовать местные продукты и напитки.

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту включает ресторан «Кавказский аул», пасека Гамзата, ресторан «Баран-Рапан», Агурское ущелье с дегустацией вина, ресторан «Батоно», ресторан «Босфор». Также в тур включена морская рыбалка на катере в открытом море с купанием и приготовлением улова.

Рекомендации для туристов: рекомендуется брать с собой головные уборы и солнцезащитные средства.

Документы для регистрации на рейс:

В обязательном порядке требуется предъявить паспорт.

Прочая информация: при поездке в гастрономический тур необходимо собрать аптечку, включающую средства для ЖКТ.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Образец рекламного буклета



Рисунок В.1 – Внутренняя часть буклета гастрономического тура



Рисунок В.2 – Внешняя часть буклет гастрономического тура