

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

завдання до виробничої практики
першого (бакалаврського) рівня освіти
для студентів 3 курсу спеціальності 242 «Туризм»
галузі знань 24 – «Сфера обслуговування»

Запоріжжя
2019

Методичні вказівки завдання до виробничої практики першого (бакалаврського) рівня освіти для студентів 3 курсу спеціальності 242 «Туризм» галузі знань 24 – «Сфера обслуговування» / Укл.: Т.В. Шелеметьєва, Т.С. Кукліна. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 24 с.

Укладач: Т.В. Шелеметьєва, к.е.н., доцент
Т.С. Кукліна, к.е.н., доцент

Рецензент: В.М. Зайцева, к.п.н., професор

Відповідальний за випуск: Т.В. Шелеметьєва, к.е.н., доцент

Рекомендовано кафедрою туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, протокол засідання № 01 від 01.09.2019 р.

ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

ТЕМА 1: ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА ПРАКТИКИ ТА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ.

1. Для опрацювання взяти будь-якого туристичного оператора України (TEZ Tour, Pegas Touristik, TUI, Coral travel, GTO kompas, ALF, Anex tour, Join UP!, Аккорд-тур та ін.) та привести рейтингову таблицю їх популярності у туристів. На їх сайті знайти необхідну інформацію щодо діяльності, а саме назва, організаційно-правовий статус туристичного підприємства, форма власності, установчі документи, матеріальна база, організація та структура управління, кількість років роботи на туристичному ринку.

2. Намалювати організаційну структуру в підприємстві, яка є на базі головного офісу (врахувати необхідні департаменти: по бронюванню, call-центр, департамент по роботі з певним напрямком країн тощо).

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ:

«Travel Professional Group» TPG – це приватна туристична компанія України, яка була заснована в 1994 році. В даний час це великий холдинг, що складається з операторської компанії, власних офісів продажів і агентств франчайзингової мережі, що працюють під єдиною торговою маркою TPG в містах України.

На сьогоднішній день під брендом TPG працює понад 150 туристичних агентств по всій Україні.

За 27 років діяльності TPG придбала великий і безцінний досвід в обслуговуванні українських і іноземних туристів як за кордоном, так і на території України.

З 1994 р. і далі в різні роки TPG був партнером Олімпійського комітету з організації поїздок уболівальників на найбільші спортивні змагання, такі як Олімпійські ігри в Атланті, Сіднеї, Афінах, Чемпіонати світу та Європи з футболу в Португалії, Японії, Австрії, ПАР, а також на інші значні світові спортивні змагання.

TPG надає своїм корпоративним клієнтам широкий спектр послуг, включаючи бронювання готелів, оренду автомобілів, приватних літаків і яхт, транспортне обслуговування, медичну страховку для виїзду за кордон, замовлення квитків на розважальні та

спортивні заходи.

Серед корпоративних клієнтів TPG провідні торговельні, фінансові, косметологічні корпорації, у яких можна отримати рекомендації. Компанія організовувала ексклюзивні поїздки для дилерів цих компаній з унікальними програмами, розробленими за спеціальним замовленням – з Великобританії, Італії, Швейцарії, Туреччині.

Туристична компанія TPG є членом Міжнародної асоціації авіаперевізників (IATA) і агентом з продажу авіаквитків більш ніж двадцяти авіакомпаній України, країн СНД і далекого зарубіжжя (наприклад, Delta, Lufthanza, SAS, Air France, KLM, British Airways, Alitalia і т.д.). В офісах компанії встановлені комп'ютерні системи бронювання Amadeus, Gabriel і Sirena. Це дозволяє надавати клієнтам широкий вибір авіаквитків, в тому числі в бізнес і першому класі, а також квитки за спеціальними тарифами і акцій авіакомпаній.

Штат компанії TPG налічує близько 140 працівників. Керівництво компанії приділяє велику увагу підвищенню професійного рівня співробітників, проводячи різні семінари, майстер-класи, бізнес-тренінги, а також індивідуальні консультації для співробітників, запрошуючи провідних фахівців галузі. Цілорічно проводяться спеціальні семінари по країнах і освітні тури для менеджерів різних напрямків.

TPG має високотехнологічний сайт, створений для оперативного та зручного отримання інформації та бронювання послуг: www.tpg.ua.

Співробітники компанії виконують замовлення будь-якої складності точно, швидко, якісно, конфіденційно.

Компанія TPG пропонує наступні послуги:

- готелі в будь-якому місті на вибір;
- візова підтримка;
- страхові поліси;
- авіаквитки (в компанії функціонує власний департамент авіаперевезень);
- обслуговування VIP-залах аеропортів різних країн;
- залізничні квитки (в компанії функціонує відділ з/д перевезень, виписка квитків в офісі компанії);
- організація трансферів (у тому числі VIP);
- широкий вибір турів.

Причини, по яким багатьом туристам буде приємно звернутися в компанію TPG за професійну допомогу при підборі туру:

- величезний досвід роботи за всіма напрямками компаній;
- велика кількість партнерів, які допомагають в обслуговуванні клієнтів у будь-якій країні;
- прямі контракти з готелями;
- величезний асортимент пропонованих послуг (екскурсійні тури, комбіновані тури, індивідуальні тури, гірськолижні тури, автобусні тури, відпочинок на термальних курортах, тури вихідного дня);
- швидка і чітка реакція на запит клієнта;
- використання найсучасніших технологій у роботі (пошук оптимальних тарифів, обмін інформацією);
- можливість оплати послуг різними способами (безнал, готівка, оплата за рахунок депозитних коштів, через системи Contact, Tourpay, Qiwi, оплата а/б можлива за допомогою кредитної картки через систему електронних платежів Payonline);
- цілодобовий телефон підтримки для клієнтів.

Місія компанії TPG. Команда Travel Professional Group заявляє та стверджує, що: прикладає та буде прикладати всіх зусиль, сьогодні і через десятиріччя, із пристрасстю, відданістю та ентузіазмом, навіть рухаючись проти течії, але тільки вперед, наполегливо працюючи оновлюючись та самовдосконалюючись, задля досягнення цих високих цілей свого існування:

1. Задоволення туристів.

Ми прагнемо зробити Світ ближчим до людини, надати можливість якомога більшій кількості людей пізнати Світ глибше, черпаючи в ньому енергію для відновлення власних сил і в той же час відчуючи себе затишно та безпечно, як вдома, у будь-якій частині Світу. Ми прагнемо перевищити очікування туриста від туристичного продукту найвищої якості за чесну ціну.

2. Надання можливості для повної самореалізації наших працівників.

Ми несемо відповідальність за визнання людської гідності членів команди TPG, поваги до них, їх долі у нашому успіху, заохочення ініціативи, стимулювання їх творчості, відбір з їх числа талановитих та мудрих керівників, належний (найвищий у галузі) рівень матеріального забезпечення тих, хто створює наш продукт та

одержання ними частини прибутку компанії.

3. Одержання прибутків.

Ми маємо бути прибутковими. Однак ми не переслідуємо мету одержання прибутку заради прибутку. Ми не прагнемо одержати прибуток всупереч етичних норм та наших моральних цінностей. Нам необхідний прибуток для власного розвитку, реалізації наших цілей та справедливого розподілу прибутку серед команди TPG.

4. Принесення користі суспільству, в якому ми працюємо.

Ми реалізуємо це шляхом створення високих стандартів високопрофесійного бізнесу, наполегливої праці задля задоволення запитів наших партнерів – туристичних агентств, а також шляхом надання допомоги тим сферам суспільного життя, які цього потребують, зокрема лікуванню дітей.

5. Ствердження величі української держави, унікальності та неповторності української культури у світі, забезпечення поваги до українців та їх досягнень у всьому світі.

На рисунку 1.1 представлена організаційна структура управління TPG.

Згідно рисунку 1.1 організаційна структура Travel Professional Group являє собою лінійну структуру і характеризується лінійно-функціональними зв'язками між працівниками. Організаційна структура TPG є відображенням повноважень і обов'язків, які покладені на кожного з її працівників.

Генеральний директор:

1. Забезпечення загального керівництва діяльністю підприємства.

2. Визначення загальних напрямків політики підприємства.

3. Контроль за виконанням поставлених цілей і завдань.

Департамент контролю якості працює з жалобами клієнтів, агентів, поставників послуг та ін.

ІТ департамент відповідає за роботу сайту компанії, комп'ютерів в офісах, програмного забезпечення.

Авіа департамент відповідає на запити про бронювання та купівлі авіаквитків.

Департамент всіх країн прораховують вартість турів.

HR – це департамент, який проводить набір на роботу, навчання працівників, відповідає за он-лайн семінари та тренінги для всіх працівників.



Рис. 1.1 – Організаційна структура Travel Professional Group

Департамент бронювання – здійснює бронювання турів, запитів по всій Україні.

Департамент маркетингу і реклами відповідає за дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища компанії, розробляє та впроваджує рекламу, проводить піар.

Департамент продажу проводять роз'яснювальну роботу з агенціями щодо інформації країни, готельної бази, візової підтримки в консульствах.

Департамент франчайзингу допомагає франчайзі-агенціям в бронюванні та продажах.

Корпоративний департамент працює та розробляє тури для корпоративних клієнтів (від 20 осіб).

Департамент закордонних офісів TPG – це підтримка партнерів компанії, які розташовані в інших країнах світу.

Операційний департамент готує візи, паспорти, проїзні документи.

Відділ продукту – моніторить ринок та утворює власну ціну на туристичний продукт.

Фінансовий департамент керує та організовує роботу бухгалтерії, здійснює загальне керівництво фінансовою та економічною політики підприємства, проводить бухгалтерсько-облікову політику підприємства.

ТЕМА 2: ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ВИДІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

Види та характеристика туристичного продукту та його складових. Характеристика та аналіз програм перебування й умов обслуговування туристів. Навести інформацію, за якими напрямками (країнами) характеризується діяльність туроператора. Коротко описати чим відрізняється діяльність туроператора від інших (ціна, тривалість подорожей, трансфер тощо). Рейтинг топових туроператорів за 2021 р.

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ:

TPG – багатопрофільний туроператор, що спеціалізується на виїзному груповому та індивідуальному туризмі за своїми основними пріоритетними напрямками як: Італія, Греція, Франція, Австрія, США,

Таїланд, Ізраїль, а також надає всі види послуг для мандрівників – бронювання готелів, екскурсійно-транспортне обслуговування, прокат автомобілів, яхт, літаків і т.д.

Одним з найважливіших видів діяльності компанії TPG є корпоративне обслуговування та організація поїздок VIP клієнтів за індивідуальними, в тому числі ексклюзивними програмами. У департаменті TPG працюють висококваліфіковані фахівці, які розробляють і організують будь-яку ділову поїздку або романтичну подорож «під ключ», забезпечать найвищий рівень обслуговування і чітке виконання всіх побажань клієнтів.

В арсеналі департаменту понад 54-х напрямків, і це не межа.

ДАЛІ НАВЕСТИ ТОПОВІ НАПРЯМИ ВІДПОЧИНКУ, МОЖНА НАВІТЬ У ВИГЛЯДІ ТАБЛИЦІ З НАВЕДЕННЯМ МІНІМАЛЬНОЇ ТА/АБО МАКСИМАЛЬНОЇ ЦІНИ НА ТУР

На прохання турагентів Turprofi.com.ua зібрав рейтинг найбільших туроператорів минулого року (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Рейтинг кращих туроператорів України за 2018 рік

Місце туроператора	Кількість туристів
1. ТОВ «Join UP!»	902 600
2. ТОВ Туристична компанія «Anex Tour»	515 582
3. ТОВ «АККОРД-ТУР»	297 744
4. ТОВ «TEZ Tour»	284 956
5. ТОВ «Coral Travel»	243 729
6. ТОВ «ТТБК»	230 462
7. ТОВ «Professional Group (TPG)»	229 484
8. ТОВ «Pegas Touristik»	115 887
9. ТОВ «ГТО»	66 400
10. ПАТ «ОБРІЙ ІНК.»	41 576
...	...

Рейтинг найбільших туроператорів 2018 року викликав дискусію в професійному середовищі, так як деякі припустили, що туроператори перебільшили свої показники, щоб виглядати солідніше. Втім, половина з ТО-учасників рейтингу просили не вказувати

кількість відправлених ними туристів. Всі вони зізнавалися, що обсяги серйозно впали: два роки тому багато з них відправляли на відпочинок в два-три рази більше туристів.

ТЕМА 3: ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА.

Зміст роботи менеджера. Сутність і основні напрями управлінської роботи. Планування особистої роботи. Облік і аналіз робочого часу. Організація проведення нарад і зборів. Вимоги до особистості менеджера. АРМ менеджера.

Навести посадову інструкцію роботи менеджера з турфірми/агенції. Описати сутність роботи менеджера в турфірмі. Проаналізувати основний робочий час.

ТЕМА 4: РОЗРОБКА ЕКСКУРСІЙ.

Розробити екскурсійну програму для цього туроператора в Україні. А саме, користуючись знаннями, які отримали під час вивчення «Організації екскурсійних послуг». При цьому врахували етапи переміщення між містами, або під час екскурсії (використовуючи знання з «Організації транспортних подорожей»). Врахували харчування та проживання на всіх етапах маршруту. Та розрахували орієнтовну його вартість («Туроперейтинг», «Економіка туризму»), враховуючи ціни існуючих внутрішніх подорожей.

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ:

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод [13].

Етап І. Вибір пунктів маршруту. Критерієм відбору є атрактивність об'єктів показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

Етап ІІ. Ієрархізація пунктів маршруту провадиться за

вказаними вище критеріями, при цьому основна увага повинна бути звернута на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є виділення диференціація пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійних пунктів [26].

Етап III. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язності з місцем постійного проживання потенційних туристів (зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Етап IV. Розробка схеми маршруту. Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут – це напрямок переміщення туриста. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані (див. рис. 4.1). Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування [3].

Етап V. Оптимізація маршруту полягає у встановленні ряду об'єктивних та суб'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивні визначаються можливостями туроператора. Обмеження визначаються перш за все цільовим споживчим сегментом (вік, життєвий цикл сім'ї, стиль та рівень життя тощо). Часові обмеження стосуються сезонності та терміну подорожі. Економічні обмеження виходять з умов функціонування ринку (кон'юнктура ринку, стан конкурентного середовища, цінова політика тощо).

Етап VI. Програмне забезпечення туру є його якісною ознакою.

Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі. Відповідно до мети, програми поділяються за тематикою на програми, що забезпечують відпочинок, лікування, ознайомлення з історією, культурою, природою краю тощо. В програмах відбивається сезон подорожування (складені за одним і тим самим маршрутом, літні, зимові та міжсезонні програми в місцях цілорічного використання будуть відмінні в деталях).

Етап VII. Організаційно-технічні заходи забезпечення туру є наступним етапом в розробці туру після визначення схеми маршруту та програми перебування. Організаційно-технічні заходи є етапом

визначення класу обслуговування.

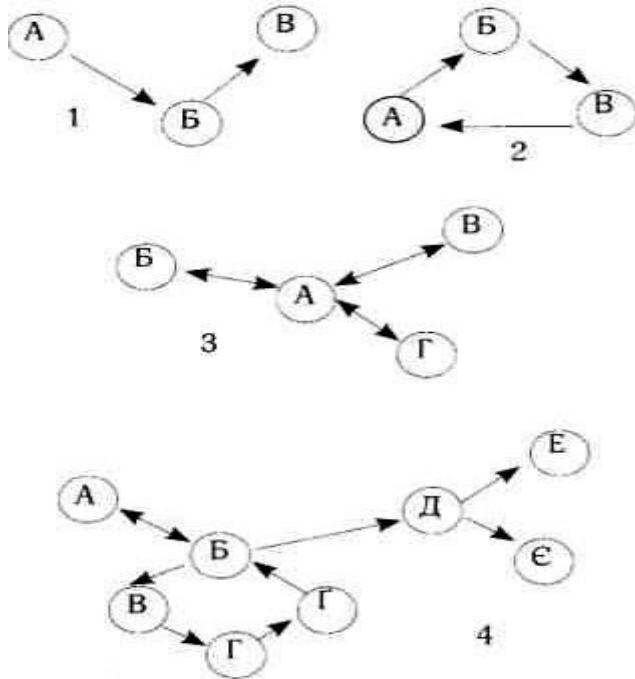


Рис. 4.1 – Види маршрутів за побудовою: 1 – лінійний; 2 – кільцевий; 3 – радіальний; 4 – комбінований

Вони включають добір засобів розміщення, умов екскурсійного обслуговування та організації дозвілля. Цей етап найбільш варіативний саме за класом обслуговування. Клас обслуговування визначається рівнем послуг, що надаються системою гостинності (послуги розміщення, харчування та додаткові послуги готелів в залежності від їх класу) [45].

Етап VIII. Розрахунок вартості туру є складною багатофакторною процедурою. На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія тощо. Ціна туру відтворює економічний бік

діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ці коливання відбивають попит на даний турпродукт. Коливання попиту мають часовий (літній, зимовий періоди, міжсезоння), видовий (на окремі види туризму) та територіальний (на певні регіони) зрізи. Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі, її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер обраної маркетингової стратегії (реклама, канали реалізації тощо). Зокрема, на ціну тура впливає характер угод туроператора з турагенціями, оскільки ці угоди визначають умови реалізації і визначають комісійні винагороди турагента, що реалізуються через систему націнок та знижок. При цьому туроператор може виступати оптовим продавцем, який в подальшому не контролює цінову політику турагента з реалізації своїх турів (тобто турагент сплачує вартість турів, визначену туроператором, і встановлює свою власну ринкову ціну при їх реалізації), або залишити за собою право контролю цінової політики і надати турагенту відповідні знижки як оптовому покупцеві певного турпакета (тоді турагент повинен дотримуватись тієї роздрібною ціни, яка визначена туроператором, а його прибуток є різницею між оптовою та роздрібною ціною турів) [50].

Основною вимогою при розробці маршруту повинна бути його логічність і відповідність цілям туризму. Адже саме від цього і буде залежати вибір тих чи інших об'єктів, які буде відвідувати турист. Іншою важливою складовою при розробці туристського маршруту, є підбір транспортних засобів. Адже спосіб пересування по маршруту багато в чому визначає його привабливість і комерційну ефективність. Основна складність в даному питанні – це компроміс між надійністю, комфортом транспорту і собівартістю його застосування. Теж саме відноситься і до умов проживання. При розробці туристського маршруту варто дотримуватися головного принципу – меги подорожі. В даному випадку – це організація поїздки туристів, які бажають дізнатися про історію південних морських міст України, охочих пізнати традиції виноробства, та спробувати на смак плоди праці найкращих українських виноробів. Таким чином, в якості пунктів туристського маршруту потрібно вибирати ті місця, де можна провести якісні та інформативні дегустації, а також ті, де можна відчувати особливий колорит різних національностей українського

півдня [18].

Цільовий споживач розроблюваного туру – справжні гурмани, які знаходять в стравах та напоях кожного народу особливий сенс, люди, чий бізнес безпосередньо пов'язаний з приготуванням і вживанням їжі (кухарі, ресторатори, сомельє), та представники туристичних компаній. Взяти участь в розроблюваному туристському маршруті можуть як жителі України, так і іноземці. Таким чином, підсумовуючи всі вищеперелічені групи споживачів даного туру – це люди, охочі спробувати кухню та винні вироби Одеської та Миколаївської областей.

Розроблюваний тур розрахований на 3 дні. Засобом пересування гостей під час туру було обрано мікроавтобус марки Mesedes-Benz Sprinter. В якості місця ночівлі, туристам пропонується один з готелів на вибір (див. табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Характеристика засобів розміщення

Місто	м. Одеса	м. Одеса	м. Одеса
1	2	3	4
Назва готелю	«Дерибас»	«Black Sea»	«Катерина»
Поштова адреса	65026, Україна, Одеса, вул. Дерибасівська 27	65026, Україна, Одеса вул. Рішельєвська, 59.	65026, Україна, Одеса, вул. Грецька 25
Контактний телефон	Тел: +38(048)700052 1	Тел: +38(048)230090 4	Тел: +38(048)7296 702
e-mail	booking@hotel- deribas.com	blacksea@bs- hotel.com.ua	booking@hote l- ekaterina.com
Місце розташування	Центр міста	Центр міста	Центр міста
Кількість номерів	31	168	16
Рівень комфорту	Апарт-готель	4 зірки	3 зірки
Тип харчування	ВВ	ВВ	ВВ

Продовження таблиці 4.1

1	2	3	4
Вартість проживання, одномісне розміщення (грн.)	520	570	520
Вартість проживання, двоомісне розміщення (грн.)	570	570	570

Отже, дивлячись на характеристику трьох готелів у місті Одеса, можна зробити висновок, що за послугами та ціною політикою вони майже нічим не відрізняються, тому для розробки туру, в якості прикладу готелю для розміщення, можемо обрати будь-який.

В процесі дослідження було розроблено карту маршруту (див. рис. 4.2), та програму маршруту (див. табл. 4.1).

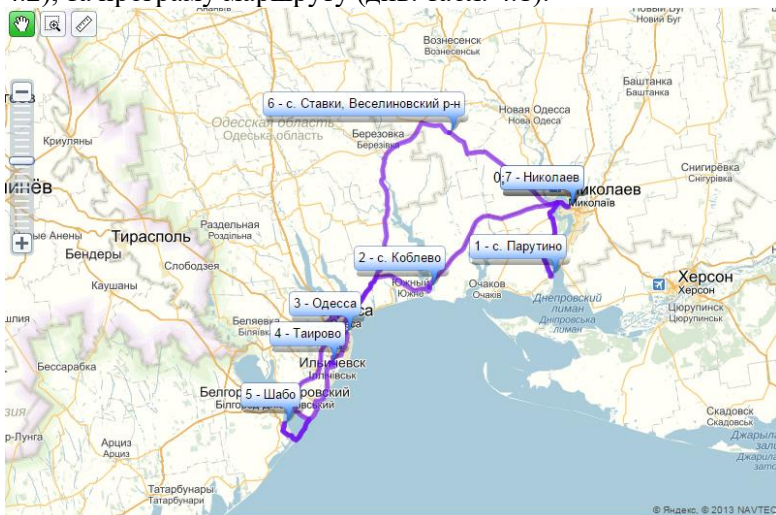


Рис. 4.2 – Маршрут туру Миколаїв – Одеса – Миколаїв

Таблиця 4.2 – Програма маршруту Миколаїв – Одеса – Миколаїв

День	Час	Програма
1	2	3
1	06 ⁰⁰ – 08 ⁰⁰	Прибуття до м. Миколаїв. Оглядова екскурсія. Відвідування музею кораблебудівництва та флоту.
	09 ⁰⁰ – 12 ⁰⁰	Відвідування музею під відкритим небом «Ольвія» с. Парутино.
	14 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰	Обід в ресторані «Арабат», с. Коблево.
	15 ³⁰ – 17 ³⁰	Екскурсія на винному заводі «Коблево»
	19 ³⁰	Приїзд в м. Одеса, розміщення в готелі.
2	8 ⁰⁰ – 8 ⁴⁰	Сніданок в готелі.
	9 ⁰⁰ – 11 ³⁰	Оглядова екскурсія м. Одеса.
	12 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰	Екскурсія в Інститут виноградарства та виноробства ім. В. Є. Таїрова.
	14 ³⁰ – 15 ³⁰	Обід в ресторані «Хеврон».
	17 ⁰⁰ – 20 ⁰⁰	Екскурсія в центр культури вина «Шабо».
	21 ³⁰	Повернення до готелю.
3	8 ⁰⁰ – 8 ⁴⁰	Сніданок в готелі.
	9 ⁰⁰ – 11 ⁰⁰	Відвідування ринку «Привоз».
	13 ⁰⁰ – 17 ⁰⁰	Екскурсія на страусину ферму «Саванна»
	18 ³⁰	Прибуття на залізничний вокзал. Кінець екскурсії.

Згідно з картою та програмою маршруту, в перший день, туристи відвідують такі гастрономічні місця:

- ресторан вірменської кухні «Арабат» с. Коблево;
- виноробний завод «Коблево» (дегустація) с. Коблево.

Наступного дня маршрут гастрономічного туру проходить в Одеській області. Згідно з програмою, туристи вирушають в:

- ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова», с. Таїрово;
- ресторан кошерної кухні «Хеврон», м. Одеса;
- центр культури вина «Шабо», с. Шабо.

В останній день розроблюваного туру маршрут лежить до

Миколаївської області, на протязі даного маршруту туристи відвідають:

- базар «Привоз», м. Одеса;
- страусина ферма «Саванна», с. Ставки.

Всі об'єкти та підприємства, які туристи відвідують під час гастрономічного туру, підбиралися так, щоб туристи змогли відчуті різноманітність та справжній колорит південних міст України. Вибору саме цих місць, передували певні причини.

1. Ресторан вірменської кухні «Арапат» в селищі Коблево розташований на території соснового гаю. В ресторані є велика літня тераса, літні альтанки серед сосен. Тут туристи можуть відчуті себе в гостинній домашній атмосфері. Меню спеціально розроблено вірменським шеф-кухарем, багато страв готуються на вогні на очах у відвідувачів. Фірмові страви: шашлик з баранини, сулугуні в лаваші, плов.

2. Виноробний завод «Коблево» був побудований в 1982 році в Миколаївській області біля Тилігульського лиману на березі Чорного моря. Сьогодні завод «Коблево» є одним з найбільш оснащених і потужних підприємств України первинного і вторинного виноробства. Зовсім поруч із заводом знаходиться понад 2450 гектарів власних виноградників заводу. Тут вирощують багато вибагливих та витончених сортів винограду – «Каберне-Совіньон», «Мерло», «Бастардо», «Шардоне», «Совіньон», «Аліготе», «Рислінг», «Ркацтелі», «Трамінер», «Фетяска», «Мускат гамбурзький», «Мускат Оттонель», «Іршаї Олівер», «Одеський чорний» та ін. Саджанці найкращих видів винограду підприємство «Коблево» закуповує в Німеччині, Італії, Франції. Сховище для виноматеріалів на заводі «Коблево» – найбільше в Україні. Видатні сомільє та винороби навчають гостей тонкощам дегустації та культурі вживання різних сортів вина. Тут проходить класична дегустація, за бажанням туриста замовляється дегустація «Розширена» або «Люкс».

3. ННЦ «Інститут виноградарства та виноробства імені В.Є. Таїрова». Це найстаріша в Україні науково-дослідна установа, яка працює в галузі виноградарства і виноробства. За значні досягнення в комплексних наукових дослідженнях Указом Президента України в 2003 році Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова отримав статус Національного наукового центру. Стабільно висока

якість вин, які випускаються під торговою маркою Інституту «Таїровські вина», у 2004 р. отримало нагороду Асамблеї ділових кіл України знак якості «Вища проба», Міжнародний знак якості «Європейська якість», «100% натуральне». На території інституту є музей, створений до 100-річчя інституту. У музеї представлені розділи, що ілюструють основні напрямки розвитку вітчизняної наукової школи виноградарства і виноробства, засновником яких був Василь Єгорович Таїров. В експозиції музею знаходяться особисті речі вченого, прижиттєві видання наукових праць, старовинне лабораторне обладнання, подарунки інституту, зібрані за довгі роки роботи інституту. У ході дегустації-презентації вин, виготовлених виключно з сортів винограду селекції інституту за інноваційними технологіями, пропонується лінійка світових типів вин.

4. Ресторан кошерної кухні «Хеврон». Традиційна єврейська кухня знаменита своїми своєрідними і неповторними стравами, які увібрали в себе кращі світові традиції. Фарширована риба, овочеві салати, прянощі і бульйони, соуси, які підкреслюють смак кожного продукту. При цьому, єврейські страви славляться своєю незмінністю. Традиції зберігають правила приготування страв, визначаючи не тільки певне коло продуктів, але і способи їх приготування. Сюди входять заборона на змішування м'яса і молока, заборона на вживання свинини і моллюсків, особливі правила огляду та забою тварин. Назва «кошерна» – походить від слова «кошер». Це ашкеназький варіант вимови. Взагалі на все що дозволено або придатне для вживання в їжу називають кашрут. Насправді кашрут це ціла система ритуальних звичаїв і правил які визначають відповідність Єврейським законам. В основі цих законів лежать заповіді Тори, і деякі правила, визначені релігійними авторитетами. В основному кошер застосовується до склепіння релігійних приписів, пов'язаних з вживанням їжі. Застосовується закон і в юридичній і в побутовій сторонах життя євреїв.

Приклад – кошерність м'яса: дозволяється вживати в їжу м'ясо тільки жуйних (травоядних) і одночасно парнокопитних тварин з (роздвоєними копитами). Сказано в Торі – (сукупність іудейського традиційного релігійного закону). «Всякий з роздвоєними копитами і жує жуйку з худоби – його можна їсти». Таким чином, встановлюються два критерії, згідно з якими визначається кошерність тварини: тварина повинна бути одночасно з жуйних і парнокопитною.

Тільки наявність обох ознак одночасно робить тварину кошерною. У Торі особливо згадуються чотири тварини, які володіють лише одним з вищезазначених ознак, що підкреслює заборону на вживання їх в їжу – свиня, верблюд, даман і заєць [52].

5. Центр культури вина «Шабо». У 2009 р. компанія «Шабо» урочисто відкрила Перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого є підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи.

Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. Знання історії виноградарства і виноробства дозволяє отримувати задоволення від вживання вина і з розумінням насолоджуватися кожним ковтком благородного напою. Унікальний об'єкт, «Центр культури вина Шабо», вже включений комісією Ради Європи в туристичну карту європейських винних маршрутів. Високо оцінили проект і в Україні: навесні 2009 року, на професійному туристичному конкурсі «Чорноморська перлина», він був удостоєний вищої нагороди в номінації «Кращий інноваційний проект», а в 2010 році – отримав «Золоту зірку» в номінації «Кращий проект розвитку регіонального туризму».

Під час екскурсії з дегустацією передбачено огляд старовинного місця «Королівський підвал», який був створений понад 200 років тому; стародавній Хересний підвал; гігантські підземні сховища, розташовані на глибині п'яти і дев'яти метрів під землею; незвичайний музей-лабіринт із загадковими стародавніми міфами; кінозал, в якому буде показана захоплююча історію про поселення Шабо і його засновника Луї Тардане – швейцарського винороба. Пізнавальна частина – величний Коньячний двір з дубовими бочками для витримки благородних коньячних спиртів; унікальний Шампанський будинок для виробництва високоякісного шампанського класичним методом; сучасний Цех холодного розливу, обладнання якого гарантує стерильність бутिलювання та збереження природних властивостей вина. Завершувати програму буде

знайомство з продукцією ТМ «Шабо» в кришталевому дегустаційному залі, який розташований на «-5» поверсі, під землею серед бочок. Вартість туру входить класична дегустація таких видів вин:

- «ШАБО Класик» Шардоне – біле сухе;
- «ШАБО Класик» Каберне – червоне сухе;
- «ШАБО Класик» напівсолодке біле;
- «ШАБО Класик» напівсолодке червоне;
- вино ігристе витримане «Шабо Класик»;
- коньяк «Шабо V.S.O.P» (п'ять зірок).

6. Одеський базар «Привоз». Це один з найбільших і найстаріший з нині діючих в Європі продовольчий ринок, одна з визначних пам'яток міста. Він був побудований в 1827 році як частина Старого ринку і отримав свою назву через те, що в ті далекі часи торгівля тут велася в основному привізним товаром і прямо з коліс, торгових рядів на території ринку тоді ще не було. Місцеві легенди свідчать, що на Привозі можна купити що завгодно – від шматка сала до атомної бомби. Привоз славиться своїми саморобними ковбасами та солоними сирами, які надзвичайно смачні. Роблять сири з молока корів, овець та кіз. На початку ХХ століття тут з'являється унікальний за своєю архітектурою комплекс – Фруктовий пасаж. Він складається з чотирьох двоповерхових будівель, з'єднаних арками з кованими воротами, чий стовпи прикрашали чавунні вази з фруктами. Ще через сто років «Привоз» обзавівся двома новими корпусами – рибним та м'ясним, старі при цьому були реконструйовані. А зовсім недавно поруч з торговими рядами виріс сучасний торговий центр «Новий Привоз».

В даний час, на «Привозі» свої товари тут пропонують більше шести тисяч продавців. Родзинка одеського ринку – величезний вибір українських продуктів: сала, домашньої ковбаси, буженини, різних солінь, молочних продуктів – сметани, сиру, бринзи. Крім того, тут завжди можна купити готові страви домашньої української кухні та смачну випічку: макові рулети, медові торти, млинці з різноманітними начинками. Ну і враховуючи, що Одеса – приморське місто, окремий майданчик на «Привозі» присвячений морепродуктам і особливо рибі. Її тут безліч – свіжа, солена, копчена, суха, в'ялена. І найголовніше, більшість пропонованих на «Привозі» продуктів – натуральні, так як вироблені приватними господарствами України [11].

7. Страусина ферма «Саванна». Ферма заснована в 2004 році. На сьогоднішній день ферма є однією з найбільших страусиних ферм на півдні України. Територія ферми становить 1 га. Поголів'я – близько 100 страусів різного віку. Власником ферми проводиться екскурсія, де розповідається про розведення страусів в господарствах, і їх життя на волі, ви побачите інкубатори і вивідні шафи страусів. Крім цього, на території ферми є зоокуток, де живуть: шотландські поні, камерунський баран, павич звичайний і білий, цесарки та фазани. Флора цієї ферми не менше цікава: більше 1000 сортів троянд, 10000 сортів тюльпанів, 1000 сортів лілій і 150 видів фруктових дерев.

На обід буде можливість спробувати шашлик зі страусячого м'яса, страусячий омлет, або приготувати власні продукти на мангалі, та спробувати це все на мальовничій зеленій ділянці біля ставка. Після обіду – час для розваг, та огляду території. На території ферми діє поле для міні-гольфу – це дев'ять лунок різної складності, покриті штучною травою, проводяться змагання та турніри з міні-гольфу. З 2009 року на страусиній фермі відкритий майданчик для лазертаг – внеаренний лазерний бій на відкритій місцевості [48].

Додатково, туристам пропонується відвідати пізнавальні екскурсії:

- оглядова екскурсія по м. Миколаїв (огляд визначних пам'яток: пам'ятник святому Миколаю, католицький костел, міський театр, набережна, музей кораблебудівництва та флоту);

- Національний заповідник «Ольвія». За греків Ольвія була рабовласницькою республікою. Статус заповідника Ольвія набула у 1926 році, у 2002 році йому було надано статусу національного. Територія заповідника включає городище і некрополь стародавньої Ольвії. Трикутне городище складається з трьох частин: верхнього міста, терасного міста та нижнього міста. За бажанням організовується факультативна екскурсія на катері до острова Березань. Березань також називають островом лейтенанта Шмідта. 6 березня 1906 року тут за вироком царського суду було розстріляно командуючого революційною ескадрою Чорноморського флоту, що повстав, лейтенанта Петра Петровича Шмідта і керівників повстання на крейсері «Очаків». У 1968 році лейтенанту встановлено на острові пам'ятник. За версією багатьох дослідників, саме острів Березань О.С. Пушкін згадував у «Казці про царя Салтана» і назвав його островом Буяном [34; 39].

– оглядова екскурсія по Одесі. Огляд основних визначних місць: Арабський культурний центр, Грецька площа, вул. Дерибасівська, театральна площа, Потьомкінські сходи, Шахський палац, Тещин міст та інші.

ТЕМА 5: РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ТУРУ.

Користуючись певними даними та формулами розрахувати вартість туру на 1 особу (при проживанні в 1-місному номері) та 12 осіб (2-місне розміщення)

Щоб зрозуміти, чи буде розроблений тур приносити прибуток, треба розрахувати його вартість (див. табл. 5.1).

Таблиця 5.1 – Розрахунок вартості туру

Розрахунок витрат	Сума на групу (10 осіб + 1 гід та 1 водій)	Сума витрат на 1 особу
1	2	3
Проживання (2 ночі): На всю групу – _____ грн. На 1 особу – _____ грн. Харчування + дегустації (_____ 3 дні): На всю групу – _____ грн. На 1 особу – _____ грн.	_____ грн.	_____ грн.
Транспортне обслуговування та страховка (1 км = 7 грн.) за _____ км.	_____ грн.	_____ грн.

Продовження таблиці 5.1

1	2	3
Екскурсійне обслуговування: Гід (1 год = 100 грн.): _____ грн. Вхід до музеїв, заповідників, тощо На всю групу – _____ грн. На 1 особу – _____ грн.	_____ грн.	_____ грн.
Разом (собівартість):	_____ грн.	_____ грн.
Прибуток туристичної фірми (10%)	_____ грн.	_____ грн.
Витрати фірми на її підтримання (5%)	_____ грн.	_____ грн.
ПДВ (20%)	_____ грн.	_____ грн.
Ціна туру для реалізації:	_____ грн.	_____ грн.

Коефіцієнт рентабельності від продажу одного туру можемо порахувати за допомогою формули 5.1.

$$\text{Рентабельність послуги} = \frac{\text{Прибуток на одиницю продукції}}{\text{Собівартість послуг}} \times 100\%$$

$$= \text{_____} \% \quad (5.1)$$

Отже, загальна вартість туру на 10 осіб становить _____ грн, на одну людину – _____ грн.

До вартості розробленого туру входить: проживання в готелі «Дерибас» (ВВ); послуги гіда-екскурсовода; транспортне обслуговування – мікроавтобус Mercedes-Benz Sprinter; вхід до Музею кораблебудівництва та флоту; вхід в Національний заповідник «Ольвія»; сніданки, обіди в ресторанах (завчасно визначене меню); класичні дегустації на всіх винних підприємствах; вхід та екскурсія на страусиній фермі; дві гри «лазертаг»; міні-гольф на протязі дня; обід на фермі; страхування.

Вартість туру не включає: переїзд до м. Миколаїв; факультативні екскурсії – поїздка на катері до о. Березань; додаткові дегустації; вечеря.

Даний тур було розроблено та розраховано в якості прикладу для виробничої практики та ще не було впроваджено в туристську діяльність різних підприємств.

ТЕМА 6: РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ ТУРПІДПРИЄМСТВА (ТУРОПЕРАТОРА).

Враховуючи діяльність туроператора порекомендували б ви йому займатись внутрішнім туризмом та взяти на огляд розроблену вашу екскурсію/тур.

ВИСНОВОК

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

Навести перелік посилань літератури, яку ви використали під час роботи над завданням практики (не менше 15 джерел). Посилання додається.

Список використаних джерел зазначається у порядку згадування або у алфавітному порядку (оформлюється за міждержавним стандартом ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання»). Посилання на джерела необхідно робити по тексту у квадратних дужках із зазначенням номерів сторінок відповідно джерела: наприклад, [3, с. 234] або [2, с. 35; 8, с. 234].