

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРА
«КРАСОТА ЗЕМЛИ БАШКИРСКОЙ»
ДЛЯ МОЛОЖЕДНОЙ АУДИТОРИИ**
*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм*

Исполнитель:
Ширяева Валерия Сергеевна,
студент группы БТ-42

«__» _____ 2016 г.

Научный руководитель:
Карева А.В.,
канд. пед. наук, доц

«__» _____ 2016г.

Научный руководитель:
Лыгарева, Н.Б.
Ст.преподаватель

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и гостеприимст-
ва

_____ А.И. Фишелева

«__» _____ 2016 г.

«__» _____ 2016г.

Екатеринбург 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРА	6
1.1 Понятие и сущность событийного туризма	6
1.2. Психолого-педагогическая характеристика молодёжной аудитории	25
Глава 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРА «КРАСОТА ЗЕМЛИ БАШКИРСКОЙ»	37
2.1. Маркетинговое исследование конкурентной среды и потребителей	37
2.2. Программа тура «Красота земли Башкирской»	47
2.3. Характеристика объектов для показа	50
2.4. Экономическое обоснование тура «Красота земли Башкирской»	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	83
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	85
ПРИЛОЖЕНИЯ	88
Приложение 1. Нитка маршрута	88
Приложение 2. Технологическая карта	89
Приложение 3. Информационный лист	91
Приложение 4. Правила поведения в автобусе	93
Приложение 5. Правила поведения в музее	95
Приложение 6. Правила поведения в мечети	96

ВВЕДЕНИЕ

Все большую популярность в настоящее время приобретает такой вид туризма как событийный, хотя многие туристы недостаточно проинформированы о существовании данного вида туризма. Анализ спроса туристского рынка показывает, что в настоящее время наблюдается рост интереса к событийным и фестивальным мероприятиям, в ходе которых турист получает больше положительных эмоций от путешествия нежели от простого пляжного тура, даже с богатой экскурсионной программой. Так что же такое событийный туризм? Какие в мире происходят события, которые могли бы быть интересны туристу при формировании своего тура, высока ли цена на данный продукт и как его организовать?

Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, который связан с каким-либо событием. Под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени.

Особенность событийного туризма состоит в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных.

Когда в жизни туристического объекта нет событий, сложившихся исторически как традиции, его придумывают специально. Например, в городе Суздаль (Владимирская область) проводится множество тематических праздников – эти мероприятия собирают большое количество как российских, так и иностранных туристов.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Специалисты считают, что

в скором будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Актуальность темы заключается в отсутствии подобных туров на рынке туристских услуг в данном регионе, хотя отдельные объекты показа, включенные в них, используются в тематических экскурсиях. Тур рассчитан на 2 дня и знакомят путешественников с жизнью башкирского народа, его культурным и историческим наследием, а также их традициями. Особенностью тура является посещение событийного мероприятия такого как республиканский этно-фестиваль «Кукушкин чай».

Объект исследования – событийный туризм.

Предмет исследования – разработка программы тура «Красота земли Башкирской» для молодёжной аудитории.

Целью работы является разработка технологической документации туристического маршрута по территории республики Башкортостан.

Для достижения цели дипломной работы следует решить следующие **задачи**:

1. Рассмотреть понятие и сущность событийного туризма;
2. Проанализировать психолого-педагогическую характеристику молодежной аудитории;
3. Разобрать объекты туристской инфраструктуры и выделить возможные варианты размещения и питания для целевой группы;
4. Разработать программу тура выходного дня с посещением событийного мероприятия на базе ресурсов Республики Башкортостан, г. Уфа;
5. Рассчитать экономическую эффективность тура;

Структура выпускной квалификационной работы: она состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений, иллюстрирующих и дополняющих основной текст работы. Во введении отражены актуальность и обоснование выбранной темы, цель дипломного проекта, задачи, которые необходимо разрешить для ее достижения. В

первой главе рассмотрены теоретические вопросы потенциала и инфраструктуры выбранной территории. Во второй главе представлена программа тура, рассмотрены вопросы экономики. В заключении подводится итог всей предыдущей работы по теме, делаются соответствующие выводы.

Глава1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРА

1.1 Понятие и сущность событийного туризма

В настоящее время всё большую популярность и массовость приобретает такой вид туризма, как событийный. Событийный, или ивент-туризм (от англ. event - событие, мероприятие) - довольно молодое и перспективное направление туристского бизнеса. [11]

Определение «событийный туризм» впервые появилось в 80-х годах в Европе. Тогда событийный туризм не выделялся как отдельное направление в туризме, а являлся частью таких направлений туризма, как приключенческий туризм, экологический туризм, гастрономический туризм, и некоторых других. Позже он выделился и утвердился как отдельная отрасль туризма. Однако само явление событийного туризма имеет глубокие корни. В основе большинства современных фестивалей лежат исторические события, праздники, традиции.

В настоящее время существует множество трактовок понятия «событийный туризм», они, с одной стороны, все похожи, с другой, в некоторой степени, дополняют друг друга. Рассмотрим некоторые из них:

М.Б. Биржаков определяет событийный туризм как «...значимую часть культурного туризма, ориентированную на посещение территории в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением...». При этом событие мы будем рассматривать как комплекс явлений, которые выделяются своей значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования. [11]

Наиболее объёмным является определение событийного туризма, представленное Е.А. Лакомовым в своей диссертации: «под событийным туриз-

мом, понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран».

Наиболее приемлемым, кратким и ёмким является определение, утверждающее, что «событийный туризм - это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия».[11] Именно потребность или необходимость присутствия во время события, желание увидеть, услышать или ощутить что-либо влечёт человека или группу людей преодолевать расстояния, доставляя себе удовольствие и принося организаторам прибыль.

Присутствие во время мероприятия рождает в человеке острое чувство сопричастности. Пребывание туристов, хотя бы и временное, в тесном окружении людей, на одном и том же событии, общность интересов позволяют многим из них преодолеть ощущение одиночества, разобщённости, особенно усилившиеся в последние годы за счёт глобальной привычки виртуального общения.

Таким образом, событие, или ивент - важнейший мотивирующий фактор и предопределяющая основа существования рассматриваемого вида туризма. При этом мотивация выбора вида мероприятия или события зависит от многих критериев, в числе которых: возраст, характер, образ жизни, хобби, профессия, уровень доходов, семейное положение, здоровье и другие. Также на интенсивность передвижений (туристский поток) влияют следующие обстоятельства:

1. Уровень туристской индустрии территории, её насыщенность и активность в плане организации мероприятий;
2. Реклама и информационное освещение события;
3. Отзывы о реализованных проектах.

Принято считать событийный туризм специальным видом туризма. [11] Однако деление видов туризма на классические и специальные носит весьма условный характер, поскольку мир меняется с невероятной скоростью, а с ним привычки и потребности людей и, как следствие, количество «спецтуристов». Таким образом, категории и число специальных видов туризма меняются с изменением потребностей туристов; некоторые из них постепенно могут переходить в разряд ординарных и привычных. Ресурсы специальных видов туризма постоянно растут. [11]

Что же касается целевой аудитории событийного туризма, по мнению А.В. Бабкина: «...это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар».[13] Однако, сложно согласиться с А.В. Бабкиным, который, в основном, характеризует аудиторию событийного туризма, как посещающую показы мод, международные аукционы либо соревнования по гольфу, - то есть респектабельных людей. Если мы обратимся к таким массовым мероприятиям, как пивные фестивали, национальные этнические праздники, то картина немного изменится. Ярким примером может послужить индийский фестиваль Hindu Kumbh Mela (Кумбха Мела - «праздник кувшина»), проходивший 24 января 2001 года в Аллахабаде. К этому дню в одном месте за короткий срок собралось 30-50 миллионов индусов со всего мира. Многие из них не относятся к людям, обеспеченным выше среднего уровня. Можно так же сказать и о таких фестивалях как, Ла Томатимна -- это ежегодный праздник, проходящий в последнюю неделю августа в испанском городе Буньоль. Десятки тысяч участников приезжают из разных стран для участия в битве, «оружием» в которой служат помидоры. Карнавал в Рио-де-Жанейро -- ежегодно проводимое событие, здесь аудитория может быть самой разной, от состоятельных туристов, которые выбирают себе костюм и участвуют в шествии, до простых зрителей, которые приезжают в Бразилию только ради того, чтобы увидеть на улице всё шествие, при этом, не платя ни цента за сам карнавал.

Рассмотрев основные понятия событийного туризма, факторы, которые влияют на его развитие, а также аудиторию, мы можем проанализировать положительные черты событийного туризма.[14]

Одной из положительных черт событийного туризма - его всесезонность. Многие страны, не зависимо от времени года, устраивают события для привлечения туриста не только в «высокий сезон», но в «низкий» или, как его еще называют, - «мёртвый». Так, в конце января в Италии проводится «Венецианский карнавал», в феврале - карнавал «Апельсиновое сражение», в апреле - фестиваль «Основание Рима», в июле - фестиваль «Феста дель Реденторе», в октябре проходит «Фестиваль шоколада в Перудже», в ноябре - «Фестиваль белых трюфелей в Сан-Миниато».

На примере Италии, мы увидели, события и фестивали, которые устраиваются в течение всего года, они помогают привлечь туристов в «низкий» сезон. Тем самым, увеличив прибыль данной страны. Также, следует сказать о чётких привязках дат поездок к срокам проведения выбранных мероприятий. Они, помимо положительных черт, создают и определённые трудности в связи с обеспечением одновременно большого количества транспортом, местами размещения и т.п. Так, во время проведения крупного мероприятия (Олимпийские Игры, Чемпионат мира по футболу и т.п.) является достаточно дорогим и ограниченным по общему количеству мест. Поэтому некоторые страны, в целях организации дополнительных средств размещения и удешевления туров предлагают альтернативные средства размещения. [14]

Например, во время Чемпионата мира по футболу 2002 года, проходившего в Японии и Южной Корее, Япония организовала размещение в так называемых «капсульных» отелях. Номера представляли собой небольшую капсулу, находиться в которой можно было только сидя или лежа, однако в которой все же имелся телевизор для просмотра матчей. В качестве средств размещения на Чемпионате мира по футболу 2006 года, проходящем в Гер-

мании, активно используется частный сектор - комнаты и квартиры, рекламируемые и предлагаемые в основном через Интернет.

Следует так же сказать и про другие требования размещения туристов:

- размещение в отелях в пределах пешей прогулки или короткой поездки от места проведения мероприятия;

- наличие достаточного количества входных билетов на выбранное мероприятие различных категорий (от самых дешёвых до VIP мест);

- возможность организации либо пляжного отдыха,

- либо дополнительной экскурсионной программы в районе проведения мероприятия (вся информация по возможным дополнительным экскурсиям должна быть предоставлена заранее, с указанием места и времени сбора на экскурсии, их примерной продолжительности и стоимости).

Следующей положительной чертой событийного туризма является его экономическая привлекательность для организаторов. [13] Конечно, это касается стран, где бизнес имеет стабильное развитие и подкрепляется особенностями местной инфраструктуры. Так, среди самых известных событий - Олимпиады. Олимпийские игры - это рентабельный бизнес, дающей стране, которая проводит мероприятие, заработать огромную прибыль. Например, Греция получила право на проведение Олимпийских Игр в Афинах в 2004 году и получила доход более 130 миллионов евро, прибыль Италии от XX зимних Олимпийских играх в Турине - 265 миллионов евро. Китай от проведения Олимпийских игр 2008 году в Пекине получил чистый доход, превысивший 1 миллиардов юаней (146 миллионов долларов). Прибыль от рекламы, инвестиций в страну за счет Олимпиады, туристов, трансляции, и т.д., вынуждает страны соперничать за право проведения игр у себя. Сама же Олимпиада является копией некогда популярного события - античных Олимпийских игр.[11]

Олимпийские игры имеют составляющую событийного франчайзинга. Так, владелец франшизы (Международный Олимпийский Комитет) предос-

твляет права на осуществления мероприятия на территории, которая выиграла право на проведение этого события, другому лицу (им является оргкомитет страны проведения) на время проведения Игр. Страна, которая проводит мероприятия, получает апробированную технологию, известный бренд, различные инструкции и руководство, а главное миллионы клиентов.

Необходимо также отметить значимость событийного туризма для развития туристских территорий в силу следующих причин[13]:

Во-первых, развитие событийного туризма связано с растущим числом туристов, заполнение ими средств размещения, предприятий питания и других объектов туристской инфраструктуры.

Во-вторых, событийный туризм позволяет минимизировать проблему сезонности в туризме и нагрузки средств размещения в «низкий» сезон.

В-третьих, учитывая высокую конкуренцию в туристической отрасли, событийные мероприятия позволяют организаторам туров создать уникальный, отличный от конкурентов туристический продукт.

Еще один плюс событийного туризма - постоянное обновление предложений. Путешественники, посещающие тот или иной регион - это потенциальные потребители других видов туризма, распространенных в данной местности. Что приводит к расширению предложений и увеличению спроса на дополнительные услуги.[13]

Следует отметить, что, обладая большим мультипликативным эффектом, туризм помогает развивать смежные отрасли. Так, в настоящее время стабильным сегментом событийного туризма являются карнавальные туры, имеют, как правило, определенную региональную привязку (Венеция, Канны, Буэнос-Айрес и т.п.). [11] При проведении карнавальных туров принимают во внимание ряд требований для туристов:

- месторасположение отеля (рядом с местом, где проходят карнавальные мероприятия);
- качественного питания и наличие ресторанов;

- цветовая гамма, интерьер номеров и архитектура отеля;
- количество обслуживающего персонала;
- наличие пунктов проката карнавальных костюмов или магазинов.

Кроме того, следует подчеркнуть, что событийный туризм - это уникальный вид туризма, и он безграничен по содержанию. Многие полагают, что в ближайшем будущем количество туристов, посещающих событийные туры, превысит число туристов экскурсионных туров.

Время, затрачиваемое на этот вид туризма, длится от нескольких дней до недели. Особенностью данного вида туризма является чёткая сегментация потребителя туристского продукта по возрастным, национальным, гендерным, религиозным и иным различиям.[11]

Практика показывает, что некоторые события носят и более длительный характер. Например, акции, проводимые в рамках конкурса «Культурная столица мира», длятся несколько месяцев, спортивные Олимпиады (включая Паралимпийские игры) длятся полтора месяца.

Также варьируются регулярность проводимых мероприятий и их частота. Некоторые события являются одноразовыми (выставки, концерты), празднования каких-либо юбилейных дат (исторических или дней рождений знаменитостей); другие события носят регулярный характер, хотя и имеют самую разную частоту (карнавал в Рио-де-Жанейро, Чемпионат мира по футболу).

Событийный туризм не стоит на месте. С каждым годом количество мероприятий увеличивается соответственно с количеством путешественников. Многие события, будучи ранее случайными, со временем становятся регулярными.[13]

Туроператоры, которые занимаются событийным туризмом, всегда стараются совместить определенные события с данным направлением. Если, например, туристы желают посетить великосветские мероприятия с участием мировых звезд шоу-бизнеса и кино, посетить более изысканные мероприя-

тия, то ему могут порекомендовать Францию. Там проводится парад в Париже - Салон Высокой моды. [13]

Туристы также могут выбрать также Каннский фестиваль, Карнавал в Ницце, праздник вина в Бордо, международный Аэросалон в Ле Бурже, или Джазовый фестиваль, который проходит в Жуан Ле Пене.

В Австрии туристы могут посетить знаменитые соревнования по зимним видам спорта. В Швейцарии ежегодно проходят международные события, такие как выставка украшений и часов в Бордо и Женевский автосалон. Если туристы хотят стать участниками красочного карнавала, то им необходимо поехать в Гоа, Барселону, Венецию или Рио-де-Жанейро. Также у туристов есть возможность поехать в эти страны в Новогодние туры.

Необходимо указать на ещё один немаловажный фактор, который заключается в положительном влиянии событийного туризма на развитие территории, так как благодаря интересным мероприятиям туристы едут в регионы, которые в другое время вряд ли могли бы рассчитывать на их внимание.

Также следует сказать и о минусах событийного туризма, он всего один - невозможно точно предсказать стабильность спроса на новое событие, а также учесть все составляющие его проведения. Многообразие событий обязывает организаторов каждый раз придумывать новые способы привлечения публики. Кроме того, обеспечение безопасности, размещение гостей и создание максимального комфорта для отдыхающих - все это требует значительных вложений.[13]

Так, в 1998 году в одном из шахтерских городов Японии произошёл тяжелый кризис, который был связан с выработкой пород, опустением городской казны и интенсивным оттоком населения. Оказалось, что в этом городе самый низкий процент разводов по всей стране. Именно это обстоятельство и было взято за основу для раскручивания данного города как идеального места для бракосочетания.

Так, постепенно и ненавязчиво был стимулирован интерес людей к данному городу. А результат стал впечатляющим: если в 1998 году тем было узаконено 3 тыс. браков, то в 2003 году - уже 280 тыс. В городе сложилась туристическая инфраструктура, а парк аттракционов стал именоваться как «Парк влюбленных». Люди стали приезжать не только на бракосочетание, но и чтобы отметить свадебные юбилеи, провести медовый месяц.

Туристы, побывавшие в стране или регионе и получившие положительные эмоции, достаточно часто возвращаются в данную туристическую территорию в целях не только событийного, но и рекреационного, и познавательного туризма.

Таким образом, можем сделать вывод, существует множество определений событийного туризма, но самым ёмким и подходящим является определение Е. А. Лакомова: «Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран»[11].

Событийный туризм - это уникальный вид туризма, так как вбирает в себя множество предложений, событий, для туристов практически любой целевой аудитории. С каждым годом увеличиваясь в объемах мероприятий и путешественников. Отличительными чертами, составляющими сильные стороны этого направления в туризме и которые необходимо учитывать в процессе планирования развития сферы туризма на любой территории, являются всесезонность, экономическая привлекательность, обновление предложений, мультипликативный эффект (развитие смежных отраслей) и уникальность.[13]

Классификации событийных туров.

Классификации являются важной частью теоретических основ, как всей сферы туризма, так и отдельных его направлений. В современном мире

становится всё больше событий и мероприятий, обладающих определенным набором основополагающих признаков, по которым возможно и нужно их систематизировать. В настоящее время существует множество различных классификаций и критериев, по которым современные авторы структурируют события, происходящие в мире.[13]

Согласно основной из рассматриваемых нами классификаций, события распределяются на основании следующих признаков:

- целевая аудитория - это люди, которые задумываются над различными предложениями туристских предприятий об осуществлении туров. В нашем случае, о посещении фестивалей, карнавалах и т.д. Сегодня на российском рынке целевая аудитория очень разнородна: от туристов эконом-класса до vip-клиентов;

- концепция событий - это самый важный компонент, состоящий из нескольких пунктов, которые помогают сделать событие более востребованным. Итак, в концепцию входит: выбор цели - то, что нужно достигнуть в результате мероприятия; состояние рынка; конкурентная среда; определение масштаба; название мероприятия; тематика мероприятия; определение целевых групп; место и время проведения;

- организация события - будь то фестиваль, карнавал, какое-то спортивное событие, каждое из этих мероприятий требует определённого подхода к реализации.

Таким образом, мы видим, что событийный туризм - это не простое «явление» в жизни страны, оно требует к себе огромного внимания, как к самой организации, так и к мелочам, которые кажутся незначительными.[13]

Теперь остановимся более подробно на классификациях, которые в настоящее время нам предлагают современные авторы. Так, О.В. Алексеева подразделяет событийный туризм по критерию их формы, что показывает нам очевидную разницу в их целях и программах:

Критерии и формы событийного туризма

Культурные торже-ства:	Политические и государственные:	Бизнес и тор-говля:	Искусство и раз-влечения:
фестивали; - кар-навалы; - памятные церемонии; - рели-гиозные праздники	саммиты; - поли-тические собы-тия; - визиты VIP-персон	встречи, со-вещания; - яр-марки, вы-ставки	Концерты; - церемонии
Образовательные и научные:	Спортивные со-ревнования:	Развлекатель-ные:	Частные ивенты:
конференции; - се-минары; - практи-ческие занятия	среди профес-сионалов и люби-телей; - для зри-телей и участни-ков	спорт и игры для развлече-ния	свадьбы; - вече-ринки; - встречи

Некоторые из событий являются общественными, суть таких меро-приятий в создании такой атмосферы, которая будет являться и воспитатель-ной, будет поощрять гражданскую гордость и сближать людей. В то же вре-мя, другие группы могут создаваться для забавы, развлечения, бизнеса и со-ревнований. Для того чтобы эти события прошли успешно требуются опре-деленные возможности и условия. [11]

Следующая классификация основывается на основании масштаба ме-роприятий:

- региональные - это мероприятия, которые имеют значение для кон-кретного микрорегиона (административного района, города). К таким собы-тиям можно отнести, например, празднование населением дня города, парад любви (Love Parade) в Берлине (Германия);

- национальные - мероприятия, имеющие значение для всего государ-ства. Так, например, празднование дня рождения Наполеона Бонапарта, Аяч-чо (Корсика); парад военных татуировок в Эдинбурге (Шотландия);

- международные (глобальные) - это события, как правило, известные и пользуются популярностью во всем мире, привлекая наибольшее число тури-

стов. Это такие спортивные события как Олимпиада - зимние и летние Олимпийские игры, автогонки «Формула -1»; карнавалы - Бразильский, Венецианский; конкурсы красоты - «Мисс мира»; фестивали - фестиваль цветов в Голландии, Каннский кинофестиваль и другие.

Еще одна из классификаций разделяет мероприятия по функциональной направленности на следующие группы:

- Конгрессный. География конгрессных мероприятий охватывает практически весь мир. Однако главными направлениями являются Германия, США и Испания. На их долю приходится около 90% рынка конференций. Центрами конгрессного туризма становятся города, которые отвечают следующим требованиям: наличие необходимых помещений для заседаний, удобное транспортное сообщение, выгодное географическое положение, высокое качество индустрии гостеприимства, лидерство или значимость в определенном виде человеческой деятельности (науки, культуре, бизнесе и пр.), архитектурная привлекательность, наличие в самом городе или вблизи него экскурсионных объектов.

- Фестивальный. К данному виду туризма относятся карнавалы, конкурсы песни, национальные праздники и красоты, фестивали. Также к числу фестивальных мероприятий, привлекающих тысячи туристов относятся: парады и фестивали цветов (Голландия, Таиланд), конкурсы красоты, коррида (Испания, Португалия, Франция), фестивали вина (Франция, Швейцария) и пива (Германия), парад Королевской конной гвардии в Лондоне (Великобритания).

- Спортивный. Международные спортивные события (Олимпийские игры, универсиады, чемпионаты мира и континентов) привлекают огромное число людей. Среди всех спортивных мероприятий по размеру туристских потоков и доходов выделяются зимние и летние Олимпийские игры. Притягательную силу для туристов имеют также турниры Большого Шлема (самые престижные игры в большом теннисе, проводимые в Мельбурне, Уимблдоне,

Мюнхене и Париже), Королевская регата в Лондоне, проводимая ежегодно по реке Темзе с 1839 года, крупнейшие в Европе гонки на яхтах по Женевскому озеру (Швейцария).

- Международный выставочный и ярмарочный. Около 80% проводимых выставочных мероприятий проходят в странах Северной Америки и западной Европы. Особенно много на территории Франции, США, Великобритании и Германии. Примерами традиционно проводимых выставок могут быть: крупнейший автосалон в Женеве (Швейцария), ежегодные выставки книг и полиграфического оборудования во Франкфурте-на-Майне (Германия). Авиасалон (международная выставка воздухоплавания и ракетостроения) в Бурже (Франция).

- Познавательный. Одним из популярных направлений этого вида туризма является этнографический туризм -- посещение мест традиционного проживания аборигенов. Наиболее приспособленные условия для этнографического туризма имеются в странах Америки, Африки, Океании, Юго-Восточной Азии, в северных и восточных районах России. Успешно этнографические путешествия развиваются в США, где культура американских индейцев стала неотъемлемой частью индустрии туризма. Растет интерес и к изучению природных объектов. Сюда можно отнести интересные и редкие явления (объекты) природы: птичьи базары, водопады, гейзеры, пещеры, лежбища котиков.

Стоит упомянуть и классификацию А. В. Бабкина, так как она является, на наш взгляд, самой подробной и актуальной. В своей работе он разделяет событийный туризм на тематические виды, а также, выводит самые популярные события по посещаемости.[13]

Так, к числу самых популярных событий на рынке событийного туризма относятся фестивали. «Фестиваль (фр. Festival -- праздничный) -- это массовое празднество, показ или смотр достижений музыкального, театраль-

ного, эстрадного, циркового или киноискусства». В Америке народными фестивалями также называют уличные ярмарки.[14]

Следует сказать, что подобные мероприятия нацелены на общественные событийные туры, и туристами подобных мероприятий становятся люди разного достатка.

Так фестивали подразделяются на:

1) Национальные фестивали. По своей сути они связаны с определенными событиями в историческом прошлом стран. Например, Начало «Октоберфесту» положила свадьба кронпринца Людвига и принцессы Терезы Саксонской-Хильдбургхаузской, Венецианскому карнавалу - чествование юношей, отбивших у хорватских пиратов украденных подруг. (Другими примерами национальных фестивалей являются: фестиваль Св. Патрика в Дублине (Ирландия); фестиваль культур в Берлине (Германия); фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания).).

2) Фестивали кино и театра. Кинофестивали пользуются огромным интересом и популярностью у туристов, фильмы и спектакли, демонстрируемые на фестивалях, получают всемирное признание. (Например: Каннский фестиваль, Канны (Франция); фестиваль короткометражных фильмов в Оберхаузене (Германия); фестиваль оперного искусства, Верона (Италия).)

3) Фестивали музыки и музыкальные конкурсы. Фестивали вызывают много эмоций и дают возможность познакомиться со многими музыкальными коллективами мира. (Например: фестиваль «Снег и Симфония», Санкт-Мориц (Швейцария); фестиваль джаза в Стокгольме (Швеция); музыкальный конкурс «Евровидение».)

4) Театрализованные фестивали - это многогранное общественное явление, главное преимущество театрализованного действия - это активная и обязательная задействованность участников непосредственно в происходящих событиях. Театрализация является особым видом социально-культурной деятельности с постоянно возрастающим спросом на нее в туристическом

бизнесе. (Например: фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция); фестиваль экспериментальных театров Fringe (Эдинбург, Шотландия); фестиваль в Авиньоне (Авиньон, Франция); фестиваль современного искусства Burning Man.)

5) Гастрономические фестивали. Цель гастрономических фестивалей - получение наслаждения от кухни того или иного государства. Однако эта цель не сводится к обычному знакомству с экзотическим блюдом или к поеданию огромного количества пищи. Главное в таких фестивалях - понять и насладиться местными рецептами, которые вобрали в себя вековые обычаи и традиции местных жителей, понять культуру приготовления национальной пищи. При помощи еды открывается дух народа, туристы получают возможность понять его менталитет. (Например: международный фестиваль пива, Берлин (Германия); Октоберфест, Мюнхен (Германия).)

6) Фестивали и выставки цветов - это незабываемое путешествие. В это время вся страна, в которой проходит фестиваль, утопает в цветах, ароматах, все жители и туристы со всех стран мира празднуют приход весны. (Например: выставка тюльпанов (Нидерланды); выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); О-ханами - любования сакурой (Япония); фестиваль бонсай, Нара (Япония).)

На втором месте по популярности среди событий А.В. Бабкин выделяет -- крупные международные спортивные соревнования.[14] Спортивные события -- это комплекс услуг по организации путешествий и посещения любого спортивного мероприятия - будь то чемпионат мира по футболу, или соревнования по Формуле один. (Олимпиады и международные состязания; автогонки NASCAR, США; автогонки Формула-1; ралли.). Данный вид события пользуются популярностью у разных категорий туристов, сюда входят любители спорта, а также его ярые фанаты. Пожалуй, только Олимпийские игры, являются событием, на которое стараются попасть не только любители спорта, но и люди, которые просто приехали поддержать свою страну.

По роли и популярности в событийном туризме третье место, по мнению А.В. Бабкина, занимают[14]:

1) Модные показы - это яркий эффектный праздник, но в тоже время, организация модных показов - это трудоёмкий и сложный процесс. На хорошо организованном показе мод всегда с огромным удовольствием соберётся много известных людей, членов высшего общества, настоящих ценителей модных. (Milano Moda Bouna, Милан (Италия); Men s Fashion, Париж (Франция); Ready to Wear, Париж (Франция)).

2) Аукционы - это специально организованные действующие рынки, на которых путем публичных торгов в заранее установленное время и в специально назначенном месте производится продажа. (Например: аукционы Дрюо, Париж (Франция); аукционы Кристи; аукционы Сотби).

3) Международные технические салоны. К ним можно отнести авиасалоны, где демонстрируют новейшие разработки в области авиации и автосалоны. (Например: Париж (Франция); авиакосмический салон в Жуковском (Рос 21 - авиасалон в Чжухае (КНР); автосалон в Женеве (Швейцария); авиасалон на острове Лангави (Малайзия); авиасалон в Ле Бурже,; «Салон часов», Женева, Цюрих (Швейцария)).

Данная категория событий будет актуальна в смешанных и конгрессных событийных турах. На данных событиях, турист является либо любителем, либо профессионалом.

Итак, мы можем с уверенностью утверждать, что событийный туризм в настоящее время представлен многообразием форм, которые дополняют друг друга. По мнению большинства авторов научных исследований и практиков, в сфере туризма признают необходимость обращать внимание на такие нюансы как целевая аудитория событийных туров, проработанность и привлекательность концепции события, методы и формы организации и реализации событий. При этом важно помнить о разделении мероприятий по функциональной направленности. [14]

На сегодняшний день в России событийный туризм развивается достаточно динамично. [11] Каждый город интересен своей историей, культурными и спортивными событиями, проходящими при немалом стечении зрителей. Популярны в России и спортивные события, такие как: хоккейные турниры, футбольные матчи, кубок Кремля по теннису и многие другие. Значительный рост въездного потока туристов обеспечил музыкальный конкурс «Евровидение-2009», после массовое событийное мероприятие прошло в г.Казань «Универсиада-2013», а затем большой поток туристов посетил зимнюю олимпиаду в Сочи-2014г. По подсчетам Министерства туризма г.Сочи число туристов за 2014г. составило более 5млн. человека, а число туристов после олимпиады выросло на 30%.

Ежегодно проводятся десятки различных международных фестивалей, среди них Московский международный кинофестиваль, различные этнические, фольклорные, а также военно-исторические праздники. Большой потенциал превратиться в события высокого мирового уровня есть у музыкальных фестивалей, посвященных всемирно известным русским композиторам, набирают оборот гастрономические фестивали. [13]

Каждый человек стремится познавать, что-то новое, погрузиться в определенную атмосферу, событийный туризм способствует в этом в этом деле человеку. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров будет превышать число участников экскурсионных туров.

EventGuide.ru – это первый российский портал о событийном туризме, который стал членом Российского союза туриндустрии. Портал позиционируется как путеводитель для активных туристов и самостоятельных путешественников, посещающих различные события и мероприятия в России и за рубежом, пишет о том, что на сегодняшний день одним из регулярно посещаемым мероприятием в России является национальный праздник Сабантуй, т.к. этот праздник отмечается далеко не во всех странах. В 2012г.Сабантуй

отмечался всего в 12 странах, а в 2013г. Сабантуй отпраздновали уже 23 страны. Эти данные подтверждают то, что национальный праздник набирает обороты. Сами татары и башкиры хотят сохранить и преумножить свои традиции, и трепетно относятся к национальным праздникам.

В каждом регионе Российской Федерации есть свой событийный календарь на определенный срок, где показаны мероприятия как культурного, спортивного характера, так и мероприятия, приуроченные к памятной дате, важные по своему значению.

Республика Башкортостан является не исключением, в начале каждого года Департамент Республики Башкортостан по туризму и предпринимательству выпускает событийный календарь мероприятий на год, где показаны спортивные, культурные мероприятия, а также выставки, форумы, совещания.

Пример событийного календаря представлен в Таблице 2.

Таблица 2

Событийный календарь республики Башкортостан

Срок исполнения	Муниципальный район	Место проведения	Мероприятие
20-22 Мая	Нуримановский р-н,		Чемпионат Республики Башкортостан по спортивному туризму «Красный ключ – 2015» посвященный памяти Марьиной А.П.
21-22 Мая	Город Уфа		Открытый Чемпионат г.Уфы. Легкая Атлетика
27 Мая	Город Уфа	ЦСИ «Облака»	Всероссийский день библиотек (День библиотекаря)
1	2	3	4
29 мая	МР Учалинский		Слет краеведов «По следам Урал батыра» (театрализованное представление)
Май	Город Уфа		Городской фести-

			валь велосипедных видов спорта «День 1000 велосипедистов»
Май	Город Уфа	Поляна «Здоровье» биатлонная трасса	Городской туристический слет школьников «Сэйэхэт– 2015»
4-5 июня	Город Уфа		Этно-фестиваль день башкирского чая- «Кукушкин чай»
3-9 июня	Город Уфа		Международный фестиваль национальных культур «Бердэмлек» («Содружество»)
15 июня	МР Зианчуринский	Село Тазларово	Фестиваль башкирских бардовских песен «Кош юлы»- «Млечный путь»
6 июня-5 июля	ГО и МР РБ		Ураза байрам

Особенность таких туров состоит в том, что мероприятия такого плана оставляют незабываемые и яркие впечатление на всю жизнь. Еще одной особенностью такого туризма является то, что он ежегодно пополняется событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Событийный туризм это достаточно перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Проведя анализ календаря событийных мероприятий ,автор работы пришел к выводу ,что на данной территории проводится большое количество событийных мероприятий ,но к сожалению не все знают о них .Чтобы привлечь новый поток туристов ,автор предлагает туристам посетить такое мероприятие как республиканский этно-фестиваль «Кукушкин чай», которое сможет не только познакомить с культурой и особенностями башкирского чая но и приобщить к культуре башкирского народа, что сможет повысить интерес как и у коренных жителей республики, так и у новых туристов.

1.2. Психолого-педагогическая характеристика молодёжной аудитории

В современном пространстве молодёжь как социальная группа традиционно привлекает к себе повышенное внимание. [26] Являясь достаточно большой социально-демографической группой, молодёжь занимает важное место в народном хозяйстве, в производстве и является, по сути, главным источником пополнения трудовых ресурсов. Обладая творческими способностями, находясь на этапе развития физических, умственных и социальных качеств, молодёжь выступает одним из носителей интеллектуального потенциала общества и имеет большую социальную и профессиональную перспективу. Она способна быстрее других социальных групп общества овладеть новыми знаниями, профессиями и специальностями. В самом широком понятийном контексте молодёжь рассматривается как обширная совокупность групповых общностей, образующихся на основе возрастных признаков и связанных с ними основных видов деятельности. В более узком, социологическом, смысле молодёжь понимается как социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей. «Молодёжь - поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодёжи могут колебаться от 16 до 30 лет».

Еще одно - более позднее - определение принадлежит И.С. Кону: «Молодёжь - это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств». [27] Приведенные определения показывают, что в понимании молодёжи как социальной группы представлены не только социальные и демографические, но и социально-психологические характеристики. Одним из

ключевых измерений, вокруг которого конструируется многозначность термина «молодежь», является возраст. Действительно, самый поверхностный анализ показывает существенное влияние возрастных характеристик молодежи на все без исключения процессы. Молодость как особый этап жизненного цикла накладывает отпечаток на социальные, профессиональные, демографические и другие переменные, характеризующие эту социальную группу.

Для анализа молодежи как возрастной группы, на наш взгляд, целесообразно остановиться на нескольких взаимосвязанных между собой вопросах.[18]

Во-первых, это образ жизни, специфика социального статуса молодежи, а также места и функций в современной общественной системе. Во-вторых, это анализ историко-социальных предпосылок возникновения молодежной группы и их трансформация в современной социокультурной ситуации. И в-третьих, это достижение взрослости как ключевая задача данного жизненного этапа и ее актуальные характеристики.

Специфика социального статуса молодежи как социальной группы проявляется в том, что эта группа «неполного» вхождения в общество, характеризующаяся промежуточным положением «между детством и взрослостью». Молодежь как возрастная группа характеризуется специфическим образом жизни, стилем поведения, культурными нормами и ценностями. Характеризуя образ жизни молодежи, целесообразно обратиться к синонимичному с понятием «молодежь» понятию «молодость», использование которого акцентирует внимание на значении начала, свежести, расцвета.

Молодость - это особое ощущение мира, себя, устремленность в будущее, оптимизм, жизнелюбие, жажда деятельности. Молодость - это одно из состояний души, присущих каждому человеку, которое проявляется в спонтанном поведении, в непосредственности, нестандартности реакций.[26] Молодость как время начала связана в сознании с будущим, перспективами,

надеждами, поэтому проявляет больше некоторую устремленность (интенцию), чем определенные характеристики. Например, это проявлено в определениях «молодой специалист», «молодой отец», «молодой работник», служащих больше обещанием состояться, чем проявляют конкретный результат. В то же время часто этот жизненный период полон стрессов, проблем, конфликтов с самим собой и обществом.

Молодость в социальном плане четко связана с набором социальных задач, ролей и статусов. К ним, в частности, относятся получение образования, начало профессиональной деятельности, выбор спутника жизни и построение собственной семьи. Это ключевой период перехода между зависимым и слабым периодом детства и независимой, автономной и весьма сильной стадией взрослой жизни. Если детство в большей степени связано с обучением в школе, а взрослая жизнь - с профессиональной (трудовой) занятостью, то молодость как период находится между этими социальными сферами; это окончание обязательного среднего образования и начало трудовой деятельности. Если детство проходит в родительской семье, а взрослая жизнь связана с построением собственной семьи и рождением детей, то молодежь - это стадия перехода между ними. Эти две основные точки трансформации и являются основными задачами развития в молодежной группе. И именно решение этих двух задач характеризует молодежь как возрастную группу.

Анализ молодежи в исторической перспективе показывает, что в доиндустриальных обществах также существовал процесс принятия и перехода детей во взрослый мир.[27] Многие авторы утверждают, что дети автоматически становились взрослыми на рубеже 5-7 лет и могли выполнять какие-либо взрослые функции. По мнению J. Gillis, то, что обычно упоминалось как «молодежь», было очень длинным переходным периодом, длящимся в среднем от семи лет до брачного возраста, который в среднем наступал в 22-25 лет.

Этот период начинался в тот момент, когда дети покидали свои семьи и в ка-

честве учеников или слуг переходили жить в другие дома. В эту эпоху молодежь была стадией, в которой происходило кардинальное отделение от родительской семьи. Начиналась жизнь в полузависимом статусе у тех, в чьи семьи они были отданы как ученики или подмастерья. Окончание этого периода было связано с вступлением в брак и достижением независимости, прежде всего, в хозяйственно-бытовом смысле. Интересно, что в пределах этого достаточно длительного периода никакой социальной или любой другой дифференциации между старшими и младшими молодыми людьми не производилось. Это было в значительной степени последствием того факта, что ни работа, ни образование не градуировались возрастом.

J. Gillis утверждает, что даже половая зрелость не имела важного социального значения, поскольку еще до ее наступления дети были приучены к принятию взрослых сексуальных ролей. Кроме того, достижение половой зрелости не было столь визуально заметным, как в современный исторический момент. Телесность, в том числе и одежда, молодых людей, достигших половой зрелости, с позиции внешнего наблюдателя ничем не отличалась от младших или старших возрастных групп. Процессы индустриализации и урбанизации преобразовали экономическую и общественную жизнь молодежи.

Работающая молодежь стала ближе к родительским семьям. Молодые люди оставляли их только на короткое время перед тем, как создать собственное домашнее хозяйство. Технический прогресс XIX в. привел к возрастной дифференциации в пределах социальной группы молодых людей. Младшая возрастная группа стала более зависима от родителей, все дольше оставалась в пределах родительской семьи. Это привело к исключению «младших» молодых людей из рынка труда и расширению формального обучения. Именно в этот период, приблизительно начиная с 1900 г., возникла молодежная группа, которая сейчас известна как «тинейджеры» («подростки»).

Спустя некоторое время эта группа приобрела все социальные и юридические признаки группы, свободной от забот и обязанностей. К 1914 г. этот статус, особенно для мужской части населения, был узаконен. Такая свобода стала основанием для возникновения всякого рода социальных отклонений, в связи с чем подростковые годы стали представляться в обыденном сознании как период уязвимости и неустойчивости.

Таким образом, история детства и история молодежи - две переплетенных между собой траектории, соединенные в одну линию в средневековые времена и все более разветвляющиеся с наступлением эры индустриализации. К концу XX в. молодежь как переходная стадия жизненного цикла характеризовалась полузависимым статусом как в плане ухода из родительской семьи, так и в профессиональном плане.

Середина и последняя четверть XX в. принесли значительные изменения в социальный контекст и социальную организацию молодежи как переходного периода от детства к взрослой жизни. 1960-80-е гг. были охарактеризованы как время возникновения и расцвета молодежной субкультуры. В течение этого время многими учеными самых различных направлений было отмечено, что возраст постепенно превращается в одну из доминирующих координат социальной дифференциации и социальной дискриминации. Молодежные субкультуры того времени ярко демонстрировали признаки социальной дифференциации, в основе которой лежал только возрастной признак. Возраст стал заменой классу как главному основанию социальной стратификации. В частности, анализ европейской молодежной среды показывает, что активизация молодежных субкультур в середине XX в. была связана, прежде всего, с резким увеличением реального дохода молодых людей. По сравнению с ростом доходов взрослых людей этот рост был выше вдвое. Расходы молодых людей в сфере потребления, услуг и культуры стали существенной частью от общего количества потребляемых товаров.

Молодой человек стал важным потребителем сферы обслуживания (в частности, велосипедов, мотоциклов) и досуга (стерео- и другое музыкальное оборудование, косметика). Это являлось весьма заметным социальным признаком молодежи и представляло новую и отличительную форму молодежного поведения. Как потребительская группа, молодежь формировала другой рыночный спрос, и именно это стало одним из слагаемых новой подростковой субкультуры. Эта культура определялась в терминах досуга и товаров для досуга, среди которых были кафе и рестораны, ночные клубы и танцполы, мода, одежда, косметика, аудиопродукция, фильмы и журналы, скутеры и мотоциклы, танцы и кино. Расцвет молодежной субкультуры привел к появлению целого ряда визуальных образов молодежной идентичностей. [27] Стиляги, рокеры и др. - каждый из них отличался стилем одежды и музыки. В последующие десятилетия их количество существенно возросло. Их представители все меньше были связаны работой и все больше времени могли посвящать досугу.

Среди социально-экономических факторов, приведших к столь бурному формированию молодежной субкультуры яркого «досугового» характера, называют демографическую ситуацию - увеличение числа молодых людей в пропорции от общего числа населения, что привело к увеличению значимости этой социальной группы и в количественном, и в качественном смысле. Другой причиной, по мнению европейских социологов, является влияние Второй мировой войны, к культурным последствиям которой относят разрушение ранее установленных образцов социального поведения и социального опыта. Это позволило возникнуть новым стандартам. Вероятно, одним из главных факторов в формировании особенностей, в частности, европейской молодежной группы были экономические изменения. В тот момент по окончании школы, которое случалось приблизительно в 15-16 лет, можно было сразу без дополнительного обучения устроиться на работу. Сложилась такая ситуация, что молодые люди уже получали реальные доходы, но еще не были

обременены собственной семьей, иждивенцами и взрослыми обязанностями. Поэтому в довольно длительный промежуток времени - сразу после школы и до вступления в брак - их расходы были всецело посвящены «досугу и удовольствию» и большому желанию не становиться взрослым. В связи с этим молодежь все больше превращалась в «поколение для себя» с отличительным менталитетом и стилем жизни.

Многие авторы отмечают, что молодежные субкультуры второй половины XX в. являются свидетельством того, что социальная дифференциация, основанная на возрастных различиях, стала более важной и более фундаментальной, чем классовые различия. Конкуренция между молодыми людьми и взрослыми в западных обществах в 1960-х гг. была одним из важнейших источников радикального инакомыслия и культурных нововведений. Подчеркивая исторический, изменчивый характер социологической функции молодежи в обществе, К. Мангейм считает, что вопрос использования молодежных групп зависит каждый раз от характера и социальной структуры данного общества[26].

Молодежь - это один из скрытых ресурсов, которые имеются в каждом обществе и от мобилизации которых зависит его жизнеспособность. Обсуждая проблему социального функционирования молодежи, К. Мангейм считает, что молодежь выполняет в обществе функцию оживляющего посредника, резерва, который становится необходимым и выступает на передний план для приспособления к быстро меняющимся или качественно новым обстоятельствам. Поэтому динамические, быстро развивающиеся общества всегда опираются на связь с молодежью. Своеобразный «резервный» характер молодежи проявляется в неполной включенности в статусную структуру общества, позволяя тем самым молодым людям быть более мобильными и независимыми.

Поэтому молодежь, как правило, ни прогрессивна, ни консервативна. Она в большей мере потенция, готовая к любому начинанию. В настоящее

время существуют и другие точки зрения на место и функции молодежи в общественных отношениях.[18] В частности, эстонский социолог М.Х. Титма определяет сущность молодежи через ее интеграцию в общество путем самоопределения. Идея жизненного самоопределения как основной задачи молодого поколения реализуется в свободе выбора жизненного пути, которая предоставляется обществом и ограничивается только достигнутым уровнем общественного развития. Еще одна линия размышлений - идея социальной субъектности молодежи. По мнению М. Карвата и В. Милянковского, специфика молодежи как социальной группы заключается в том, что она одновременно является и объектом, и субъектом социализации. Центральной становится способность к самореализации в результате собственной активности - сознательной, рациональной, самостоятельной. Поэтому проблема социальных потребностей молодежи и общественных условий их реализации выходит на первый план. С другой стороны, специфичность молодежи как социальной группы проявляется в том, что она находится как бы в стадии подготовки к полноценной общественной жизни. Ее отличает как неполная готовность к социальной практике, так и материальная и бытовая несостоятельность. В связи с этим, обладая всеми атрибутами больших социальных групп, молодежь в то же время не имеет социального статуса, присущего основным социальным группам.

Еще одна точка зрения принадлежит Дж. Пилчеру. Он считает, что в постиндустриальном обществе, входя в зрелое взрослое социальное членство, молодой человек должен отказаться от родительского образцового поведения.[18] В традиционных обществах молодой человек в состоянии достигнуть взрослого статуса и хорошего уровня социальной адаптации с помощью реализации образцов и правил поведения родительской семьи, но в современной ситуации этого может быть недостаточно. Человек должен учиться действовать более гибко и универсально, а не следуя аскриптивным стандартам родительской семьи. Возникает потребность в новом виде социальных

взаимодействий, обеспечивающих более легкую и эффективную социализацию. Такие взаимодействия должны, с одной стороны, сочетать в себе усвоенные элементы норм и правил, с другой - оставлять возможности для экспериментирования с новыми ролями и правилами.

Для современной молодежи такую «пробную» функцию составляют отношения со сверстниками, в пространстве которых данная проба может быть совершена эффективно и эмоционально безопасно. Поэтому в современной ситуации молодежные группы выполняют двойную функцию. С одной стороны, они частично защищают от будущих взрослых ролей, структурируя пространство своей деятельности свободным от вмешательства взрослых. С другой стороны, эти же группы частично ориентированы на принятие взрослых норм и правил. Таким образом, функция молодежной субкультуры - ослабление процесса регулирования перехода от детства к взрослой жизни. В течение этого времени молодые люди должны эмансипироваться от родительских норм и ценностей и подготовиться к самостоятельным зрелым отношениям как в семье, так и в профессии. Пока, с одной точки зрения, молодежная субкультура готовит молодых людей к будущей взрослой жизни, с другой - происходит аннулирование многих привычных родительских стандартов, что проявляется у молодых людей в безответственности, поиске удовольствия и желании хорошо проводить время. Исследования возраста показывают, что физиологические аспекты роста, развития и старения менее важны, чем пути, которыми социум интерпретирует, понимает и придает значение этим процессам. Этот аргумент особенно проявлен в исследовании перехода от детства к взрослой жизни, в исследовании критериев достижения взрослости. Эта проблема является ключевой для молодежной группы. Переход от детства к взрослой жизни - длительный процесс постепенного и возрастающего включения молодых людей в независимую взрослую жизнь.

Например, половая зрелость предполагает различные физиологические изменения в большей степени связанные с репродуктивными возможностя-

ми, которые дифференцируют детей и взрослых. Половая зрелость - универсальное явление, происходящее в любой культуре в любой исторический период. Однако время наступления половой зрелости изменяется, так как изменяются сроки биологических процессов. Кроме того, на это оказывают влияние и многие культурные факторы, такие, например, как стрессы, диеты и т. д. Сейчас в связи с процессами акселерации половая зрелость наступает в 11-12 лет, тогда как в доиндустриальный период физические изменения, связанные с половой зрелостью, происходили в 16 лет. Достижение половой зрелости и достижение социальной зрелости - процессы, которые становятся все менее связанными даже хронологически. Но если критерии половой зрелости достаточно конкретны, то официальные критерии взрослой жизни становятся все более размытыми. Является ли молодой человек взрослым, в подавляющем большинстве случаев зависит от определенного контекста. В некоторых ситуациях (например, покупка сигарет или получение паспорта) официально взрослость может быть уже достигнута, тогда как в других (например, покупка алкогольных напитков или право быть избранным в Государственную думу РФ) официальная взрослость еще не наступила. Однако с наступлением половой зрелости биологические возможности часто опережают социальные нормативы.

Например, молодые люди способны купить сигареты, выпить алкоголь, водить автомобиль, иметь сексуально близкие отношения или даже родить ребенка до того, как это официально разрешается. Для обнаружения официальных характеристик взросления, а также их учета большое значение приобретают своеобразные социально-нормативные события, выступающие критериями - социальными маркерами - взрослой жизни. Эти события и связанные с ними действия выступают в роли индикаторов того, какова, с одной стороны, идеальная модель взросления, с другой - как она реализуется в индивидуальном варианте, с третьей - каковы отличия этой модели от моделей других культур и времен. Вопрос о том, в какой момент жизни человек ста-

новится взрослым, имеет исторический контекст и в разное время решается по-разному.

В течение многих десятилетий вхождение во взрослость обуславливалось набором определенных жизненных событий - своеобразных социально-биографических маркеров. Например, для европейского молодого человека такими событиями выступали окончание школы, уход из родительского дома, начало профессиональной карьеры, бракосочетание и рождение собственных детей.

Проходя через эти события и принимая связанные с ними новые социальные роли, молодежь, как было принято считать, оставляла такие признаки юности, как зависимость от родителей, инфантилизм и психологическую незрелость, а вместо этого получала новое взрослое поведение.[18] В середине XX в. данные биографические маркеры были широко распространены и рассматривались как обязательные. Молодой человек не просто переживал эти события, но планировал и совершал их в определенное время жизни. Если же по каким-то причинам он этого не делал, то с позиции социума он не соответствовал роли взрослого. Однако за последние десятилетия процент молодежи, следовавшей такому расписанию, существенно уменьшился. Значительная часть молодых людей от 25 до 30 лет еще продолжают учиться, другая часть откладывает создание собственной семьи и рождение детей, многие из них вообще планируют оставаться неженатыми и бездетными, по крайней мере до тридцати лет. Кроме этого, в социальном плане такая временная растянутаость событий уже не встречает общественного осуждения. Все эти изменения привели к формированию новых представлений о том, что составляет взрослую жизнь.

По мнению J. Arnett, современная взрослая жизнь характеризуется относительной независимостью от нормированных возрастом задач и жестко заданных социальных ролей. [27] В контексте новой взрослой жизни молодые люди все больше идентифицируют себя посредством индивидуальных

маркеров зрелости, не имеющих социального значения. Например, таким индивидуальным маркером может быть способность самостоятельно принимать решения и т. д. Социально заданные маркеры утрачивают свое значение и становятся менее важными. В связи с этим все чаще высказываются мнения о превращении молодости в новую фазу жизни, во время которой происходит достижение психологической взрослой жизни через индивидуальные стремления и ожидания. Таким образом, молодежь как возрастная группа характеризуется особым образом жизни, социальным статусом и ролевыми ожиданиями, а также местом и функциями в современной общественной системе, имеющими историко-культурную обусловленность и связанными с ключевыми характеристиками молодости как особого этапа жизненного пути.

Психолого-педагогическая характеристика молодежной аудитории довольно таки специфична, поэтому для разрабатываемого тура автор выбрал именно эту целевую аудиторию, так как в настоящее время молодежь мало интересуется историей, культурой своего родного края .

Посетив событийное мероприятие республиканский этно –фестиваль «Кукушкин чай» выбранная целевая аудитория, сможет не только хорошо провести время, но и погрузиться в атмосферу башкирского народа, узнает глубже историю, кухню и культуру родного края. Посещение такого рода мероприятия даст возможность не только культурно отдохнуть, но и духовно просветиться молодому поколению, что повысит как их знания, так и интерес к данному виду туризма.

Глава 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРА «КРАСОТА ЗЕМЛИ БАШКИРСКОЙ»

2.1. Маркетинговое исследование конкурентной среды и потребителей

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся сфер в экономике. Туристская индустрия является основным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу.

Правительством РФ было принято Постановление от 02.08.2011 №644 «О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018г.г.)». Целью данного документа является повышение конкурентоспособности туррынка Российской Федера-

ции. Для достижения этой цели необходимо, повышать конкурентоспособность отдельных регионов нашей страны. Для проведения анализа мной был выбран субъект РФ – Республика Башкортостан (столица – г. Уфа). Планируя развитие туризма в регионе, необходимо установить потенциальные возможности конкурентоспособности, учитывая следующие факторы:

1. Сравнительные преимущества туристского региона охватывают факторы, обусловленные микро- и макросредой. Оценка сравнительных преимуществ создаёт условия для выявления исторических, климатических и природных преимуществ, а также иных аспектов инфраструктуры в регионе, который пользуется спросом туристов;

2. Ориентация на спрос. Способность удовлетворить изменения спроса имеет влияние на способность туристского региона конкурировать и выдержать конкурентоспособность. Это связано с целями, мотивами, поиском новшеств туристского субъекта;

3. Инфраструктура. Существование или отсутствие инфраструктуры может способствовать конкурентоспособности туристского региона;

4. Условия среды. Как правило это связано с природной средой и тем, как она влияет на конкурентоспособность.

Целью региона, как конкурентоспособной единицы, является обеспечение конкурентоспособности на длительный период. На конкурентоспособность региона кроме вышеуказанных факторов, влияет взаимодействие предприятий туристической индустрии (гостиницы, объекты общественного питания, туроператоры, транспортные предприятия, и т.п.), окружающего мира и населения. Предприятия туристической индустрии, получающие от туризма хорошую прибыль, формируют мнение у местного населения оно может быть, как положительным, так и отрицательным. В результате появляется гарантия гостеприимства, благодаря которому складывается первое впечатление, и которое влияет на состояние конкурентоспособности.

Конкуренты – важный предмет исследования и прогнозирования. [16] Изучение их при разработке тура предполагает маркетинговые исследования рынка предложения, собственно конкуренции на рынке, анализ ближайших конкурентов и конкурирующих туров. На этой основе туроператор разрабатывает замысел и реальное воплощение тура с целью заложить в него конкурентные преимущества, сделать его более привлекательным для потребителя, а также предусмотреть меры по противодействию конкуренции на выбранном рынке. Туроператор может так же избрать такой продукт или потребительский сегмент рынка, которому нет конкуренции или на котором конкуренция минимальна. При анализе туристского продукта необходимо получить ясный ответ на вопрос: «Что в действительности будет покупать турист?» Ведь до определенного момента туристский продукт не имеет для потребителя абсолютно никакой ценности. Люди приобретают на рынке не товары, а их функциональную способность удовлетворять определенную человеческую потребность.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристский продукт – это любая услуга, удовлетворяющая потребности туристов во время путешествий и подлежащая оплате с их стороны.

Маркетинг не сможет в полной мере выполнить свое предназначение, которое заключается в удовлетворении потребностей покупателей без сбора достоверной информации и последующего его анализа, т.е. без проведения маркетинговых исследований. [20]

Цель маркетингового исследования: изучение рынка предложений туроператоров республики Башкортостан по разрабатываемому направлению.

Анализ рыночных тенденций

Последнее время на российском рынке появляется все больше компаний, работающих в области туризма. По данным Федеральной службы государственной статистики зарегистрировано 1 306 предприятий, основным видом деятельности которых согласно учредительным документам является ту-

рагентская. Туроператоров на рынке республики Башкортостан, как уже говорилось, всего 18, по Единому реестру туроператоров.

Проанализировав рынок, можно сделать вывод, что туры в город Уфа предлагают: турфирмы «Riva», «Алмаз-тур», «А трэвел», «Круиз-центр» «Велл».

Анализ конкурентов представлен в таблице 3

Таблица 3

Анализ конкурентов

Название фирмы	Вид туризма	Перечень предложений	Программа	Продолжительность	Цена
1	2	3	4	5	6
Riva	Культурно-познавательный	Экскурсионное обслуживание, транспортное обслуживание, услуги питания	Салават-Уфа	1 день	6500 за группу
Алмаз-тур	Культурно-познавательный	Экскурсионное обслуживание, транспортное обслуживание, услуги питания и проживания	Салават-Уфа	2 дня	3000/на чел
А-Трэвел	Приключенческий	Экскурсионное обслуживание, транспортное обслуживание, услуги питания	Оренбург-Уфа	1 день	3000/на чел

Круиз-центр	Культурно-познавательный	Экскурсионное обслуживание, транспортное обслуживание, услуги питания и проживания	Оренбург-Уфа	3 дня/2 ночи	10500/на чел
Велл	Культурно-познавательный	Экскурсионное обслуживание, транспортное обслуживание, услуги питания и проживания	Салават-Уфа	2 дня	2500/на чел

Что же касается туристических агентств г.Салават, то их услугами по внутреннему туризму пользуется лишь очень небольшая часть жителей. В основном к ней относятся школьные и студенческие группы, которые чаще всего совершают поездки по экскурсионным маршрутам или люди старшего возраста, которые предпочитают отдых за границей. Большинство жителей не считают нужным обращаться в туристические агентства для организации поездок, поскольку могут сделать это самостоятельно. Кроме того, по мнению жителей сами турагентства не предоставляют в должной мере услуг внутреннего туризма.

Формирование конкурентоспособности региона возможно только лишь при комплексном учете существующих и отсутствующих конкурентных преимуществ. Другими словами, необходимо учитывать, как сильные стороны, так и слабые, также не забывать об угрозах и возможностях.

SWOT-анализ представлен в таблице 4.

Таблица 4

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
-----------------	----------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Выгодное географическое положение и хорошая транспортная доступность (трассы М5 и М7); 2. Высокий культурно-исторический потенциал (пещера Шульган-Таш, Родина Салавата Юлаева); 3. Наличие религиозных объектов различных конфессий (Ляля-Тюльпан); 4. Динамично развивающаяся инфраструктура (5,5 тыс. койко-мест); 5. Активная позиция руководства РБ; 6. Проведение различных мероприятий (саммиты ШОС и БРИКС -2015, Сабантуй, конференции, конгрессы, фестивали и т.д.); 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточно информации о РБ как о туристском направлении; 2. Недостаточно активное продвижение на мировых и региональных туристских рынках; 3. Недостаточное количество организованного туристского транспорта; 4. Недостаточная конкурентоспособность республиканского туристского продукта (соотношение цена - качество не соответствует принятым стандартам); 5. Неравномерное распределение туристского потока по сезонам
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Интерес к незнакомому и малознакомому для многочисленных сегментов международного и внутреннего туризма направлению; 2. Республика Башкортостан имеет больше возможностей, чем другие регионы России в силу своих национально-культурных особенностей; 3. Развитие новых конкурентоспособных туристских предложений 4. Рост рецептивных туроператоров для быстрого освоения рынка туристских услуг в РБ, в том числе в муниципальных образованиях. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточные темпы развития полноценной туристской инфраструктуры. 2. Слабые взаимодействия отраслей, формирующих туристский продукт, с туристской индустрией. 3. Слабое развитие государственно-частных партнерств в туристском бизнесе. 4. Недостаточность рычагов воздействия на развитие отрасли и сложность в осуществлении контроля деятельности отрасли. 5. Слабый обмен информацией между участниками туристского рынка.

Из таблицы видно, что главные конкурентные преимущества Республики Башкортостан как туристского региона это наличие объектов культурно-исторического наследия (пещера Шульган-Таш, где найдены первые наскальные рисунки эпохи палеолита), особый этнический колорит и выгодное географическое положение (трассы М5 и М7). Главными недостатками являются недостаточно информации о РБ как о туристском регионе и недостаточно активное продвижение на мировых и региональных туристских рынках.

Одним из преимуществ данного региона является активная позиция и заинтересованное отношение руководства Республики Башкортостан. Руко-

водство РФ также заинтересовано в развитии представленного туристского региона, для них особенно важно развитие столицы республики, ведь именно в Уфе в 2015 году прошли саммиты ШОС и БРИКС-2015.

Согласно Единому реестру туроператоров на территории республики Башкортостан на 2016 год на внутреннем туризме специализируются 20 турфирм.

В процессе разработки тура туроператор взаимодействует с такими объектами внешней среды, как потребители (рынки потребления), конкуренты (рынок предложения), партнеры и поставщики.

Потребители – основной объект, в процессе планирования и формирования тура. Туристское предприятие ориентируется на изучение потребителей с целью формирования идеи, замысла и непосредственно разработки тура. Изучение потребителей проводится на основе комплекса маркетинговых исследований. [22]

Партнеры и поставщики – одно из основных направлений взаимодействия туристского предприятия. С одной стороны, туроператор проводит изучение, поиск и выбор партнеров и поставщиков для разработки (сбыта) конкурентоспособного тура, максимально отвечающего потребностям потребителей, с другой – организовывает с ними выгодное сотрудничество. Следует уточнить, что под партнерами понимаются иные туристские предприятия – как отечественные, так и зарубежные, участвующие в полном или частичном формировании (сбыте) туристского характера, включаемых в тур. К ним относятся гостиницы, предприятия питания, транспортные, страховые, финансовые компании и т.п., чьи услуги могут быть включены в состав тура в качестве основных или дополнительных.

К внешней среде также относятся правительственные и иные государственные учреждения, и организации, общественные и профессиональные объединения, представительства иностранных государств, союзы и иные объединения потребителей.

Основные группы факторов, определяющие покупательский спрос потребителей туристского продукта следующие:

1. Демографический – численность и возраст населения;
2. Поло-возрастная структура, размер и состав семьи;
3. Культурный уровень покупателя туристских услуг;
4. Социально-экономический – занятость, уровень оплаты труда, пенсионного обеспечения, распределение населения по уровням дохода;
5. Политическая и экономическая стабильность государства;
6. Безопасность пребывания.

Необходимо отметить, что успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. Термин «продукт» отражает качество или суть конкретных и абстрактных вещей (например: пища, приготовленная поваром ресторана или услуги гида, знакомящего туриста с данной местностью или музеем). Но туристский продукт одновременно представляет собой совокупность весьма сложных разнородных элементов:

В качестве методов для проведения исследования были выбраны опрос (личное интервью) и Интернет-опрос жителей г. Салават и его окрестностей. Общее количество опрошенных составило 100 человек в возрасте от 16 до 60 лет.

Опрос представлен в таблице 5.

Таблица 5

Опрос жителей г. Салават и его окрестностей

	Вопрос	Да			Нет		
		16-29	30-44	45-60	16-29	30-44	45-60
1	Любите ли вы путешествовать по России?	45%	57%	29%	55%	43%	71%
2	Много ли городов России Вы посетили?	32%	43%	78%	68%	57%	22%
3	Посещали ли Вы г.Уфа?	71%	43%	28%	29%	57%	71%
4	Хотели бы Вы посетить г.Уфа (1-й раз/еще раз)?	94%	83%	74%	6%	17%	26%

5	Как Вы считаете, Уфа как туристический город достаточно развита?	75%	67%	56%	25%	33%	44%
6	Пользуетесь ли Вы услугами турагентств?	58%	67%	94%	42%	33%	6%
7	Нравится ли Вам качество обслуживания в турагентствах?	65%	43%	46%	35%	57%	54%

Достаточно высок процент тех, кого внутренний туризм не привлекает, особенно среди возрастной группы 24-45 лет. Это объясняется, прежде всего, тем, что данная группа больше имеет возможности для выбора, по сравнению с младшими и старшими группами, между местными и зарубежными достопримечательностями и склоняется в сторону внешнего туризма. Причиной может являться также то, что не был привит спрос у данной группы к внутреннему туризму, т.к. их детство пришлось на перестроечные годы, когда туризм находился в упадке.

Среди факторов, влияющих на привлекательность туристических объектов региона, жители выделили важность получения новых знаний и впечатлений, а также территориальную близость. Приемлемость уровня цен в данном случае больше всего важна для самой молодой группы, так как ее представителями являются в основном студенты, имеющие самый низкий доход по сравнению с остальными группами.

Таблица 6

Какие виды туризма вас привлекают?

Виды туризма	16-29	30-44	45-60
Экскурсионный	53%	38%	72%
Религиозный	11%	15%	27%
Рекреационный	20%	14%	16%
активный (походы, сплавы, рыбалка, др.)	64%	57%	25%

У людей от 16 до 35 лет наиболее популярным является активный отдых, жители 36-46 лет предпочтение отдают экскурсионному туризму, хотя и многие молодые люди проявляют к нему интерес. (табл.) Надо заметить, что

в немалой степени в данном случае на ответ влияет также пол опрошенных. Мужчины в основном предпочитают активный отдых и их совсем не привлекает религиозный туризм.

Таблица 7

«Какие туристские объекты Республики Башкортостан вы знаете?»

Тур. Объекты	16-29	30-44	45-60
Памятник Салавату Юлаеву	78%	98%	87%
Мечеть «Ляля-Тюльпан»	67%	45%	62%
Первая Соборная мечеть	40%	65%	70%
Стадион «Уфа-Орена»	82%	29%	65%
Собор Рождества Богородицы	17%	32%	57%
Сад имени С.Т.Аксакова	24%	14%	17%
Ипподром Акбузат	32%	62%	49%

Уровень знания туристических мест Республики Башкортостан оказался ниже ожидаемого уровня. Лидером по числу узнаваемости остаются памятник Салавату Юлаеву, Стадион «Уфа-Орена», и мечеть «Ляля-Тюльпан».

Уфа достаточно привлекательный город, у которого большой туристический потенциал, но не многие об этом знают. Большинство туристов, посещающих территорию России являются студентами, т.к. это, достаточно, бюджетный вариант, при этом многие из них не пользуются услугами турфирм, обосновывая тем, что путевка выходит дороже.

На сегодняшний момент получение новых впечатлений и территориальная близость являются для населения наиболее привлекательными сторонами внутреннего туризма.

Большая часть населения действительно заинтересована во внутреннем туризме, и для них он является одним из способов проведения досуга. Однако незначительный процент жителей не считает туристические места РБ привлекательными. Это не является существенной проблемой, но и на это необходимо обратить внимание.

2.2. Программа тура «Красота земли Башкирской»

Для привлечения внимания к туризму России был спроектирован тур «Красота земли Башкирской» для молодежной аудитории с посещением республиканского этно – фестиваля «Кукушкин чай».

Согласно ст.27 Конституции РФ:

1. Каждый, кто законно находится на территории Российской Федерации, имеет право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства.
2. Каждый может свободно выезжать за пределы Российской Федерации. Гражданин Российской Федерации имеет право беспрепятственно возвращаться в Российскую Федерацию[1]

А это значит, что каждый может свободно не просто передвигаться по стране и за ее пределами, но и путешествовать.

Маршрут тура рассчитан на 2дня.

При разработке тура предполагается следующая программа обслуживания:

1. Размещение (6-местные номера в хостеле « Британия»)
2. Питание (завтрак и ужин в хостеле «Британия»), обед в кафе «Бай Хан» и обед в ашхане «Нэнейка».
3. Экскурсии по программе
4. Дегустация продуктов
- 5.Приобретение сувенирной продукции

Таблица 8

Обслуживание туристов по маршруту

(время местное)

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения. Время прибытия в пункт и выезда из	Наименование туристских предприятий и условия размещения	Запланированные туристские услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских	Расходы на 1 человека

него		прогулок и походов	
1	2	3	4
Салават-Уфа	ООО «Автокруиз»	Перевозка туристов	25 руб/1 км
Уфа (1 день)	«Британия» «Бай Хан» «Экскурсии по Уфе» Национальный музей Башкортостана «Британия»	Заселение в хостел Обед Обзорная экскурсия по городу Экскурсия Ужин	(6-местные)500 200 300 150 200
Уфа (2 день)	«Британия» ООО «Автокруиз» Этно –фестиваль «Кукушкин чай» ООО»Автокруиз» «Нэнейка» Ляля-Тюльпан	Завтрак в хостеле Выезд из хостела Перевозка туристов Дегустация чая и медовая ярмарка, семинар травника, анимационная программа для детей, концертная программа, фолк-дискотека; Перевозка туристов Обед Экскурсия в мечеть	150 100 150 -----
Уфа-Салават	ООО «Автокруиз»	Перевозка туристов	25 руб/1 км

Программа тура:

Продолжительность тура – 2дня/ 1 ночь

Период проведения – с 4 июня по 5 июня 2016 года.

В стоимость тура входит:

- Размещение, ночлег, завтраки и ужины в хостеле «Британия»
- Обед в кафе «Бай Хан» и в Ашхане «Нэнейка»
- Комфортабельный автобус
- Экскурсионное обслуживание в Уфе

- Билеты туда и обратно
- Медицинская страховка

Страхование осуществляет: ООО «Росгосстах», г. Салават, Космонавтов б-р, д. 48б, тел : 8(347) 33-17-80

В стоимость тура не входит:

- Дополнительные экскурсии
- Дополнительное питание, не входящее в тур (обед и т.д.)
- Дополнительные проезды
- Приобретение сувенирной продукции

Программа тура представлена в таблице 9

Таблица 9

Программа тура

День	Время	Мероприятия	Способ передвижения	Протяженность в км
1	2	3	4	5
1 день	9-00	Сбор группы у кинотеатра «Октябрь»		
	9-30-11-30	Отправление из города Салават в г. Уфу	Автобус	162

	11-30-12-30	Заселение в мини-гостиницу «Британия»		
	12-30-13-30	Обед в кафе «Бай Хан»		
	13-30-16-30	Обзорная экскурсия по столице Башкирии-город Уфа	Автобус	
	16-30-18-00	Экскурсия по Национальному музею Башкирии		
	18-00-18-15	Трансфер до гостиницы	Автобус	
	18-30-19-30	Ужин в гостинице		
	19-30-21-30	Свободное время(просмотр кино ,настольные игры ,игры в X-box)		
2 день	9-00-10-00	Завтрак в гостинице		
	10-00-11-00	Выезд из мини-гостиницы «Британия»		
	11-00-11-15	Трансфер до этно-фестиваля	Автобус	
	11-30-15-00	Посещение этно –фестиваля «Кукушкин чай» (дегустация башкирского чая и меда, участие в семинаре, концерт и театрализованные представления ,фолк-дискотека и анимационная программа для детей)		
	15-00-15-10	Трансфер до Ашханы	Автобус	
	15-10-16-10	Обед в Ашхане «Нэнейка»		
	16-10-16-30	Трансфер до мечети «Ляля-Тюльпан»	Автобус	
	16-30-17-30	Посещение мечети « Ляля-Тюльпан»		
	17-30-19-30	Отправление в г.Салават		

С технологической картой маршрута можно будет ознакомиться в приложении 2.

2.3. Характеристика объектов для показа

Средства размещения

В республике Башкортостан более 250 коллективных средств размещения на 10 тысяч мест, в том числе 150 гостиниц на 5500 мест.

На 2016 год в Уфе насчитывается 70 гостиничных предприятий на 3500 мест, в числе которых Отель Азимут Уфа, Гостиница Holiday Inn Ufa, Гостиница Hampton by Hilton Ufa, Гостиница Амакс Турист-отель, гостиничный комплекс «Башкирия» и т.д.

Хостел «Британия»

Город, Уфа

Улица Комсомольская, 28/1

Телефон: +7(917) 046 5984, +7 (937) 476 2005

Skype: hostel.britania

E-mail: hostelbritaniaufa@gmail.com

Хостел "Британия" находится в географическом центре Уфы. Чтобы найти нас, вам нужно доехать до ост. «Округ Галле».

Наше расположение обеспечивает возможность быстро добраться до любого района Уфы на общественном транспорте или на автомобиле.

Вас интересует дешёвое и в то же время комфортабельное временное жильё? Вы любите путешествовать, но не привыкли платить серьёзные деньги за проживание в отеле? У нас есть, что предложить Вам – хостел "Британия". Проживая в хостеле «Британия», Вы можете рассчитывать на:

- Низкие цены;
- Приятное времяпрепровождение;
- Весёлую и непринуждённую атмосферу;
- Возможность оказаться в нужном месте в нужное время.

Зачем снимать квартиру или гостиницу, если Вы ведёте активный образ жизни: посещаете музеи, выставки, знакомитесь с местными достопримечательностями, быть может, днями напролёт заняты учёбой или работой? В хостеле «Британия» Вы всегда сможете отдохнуть, найти новых знакомых и единомышленников, провести время в окружении интересных людей.

В нашей стране хостелы только набирают популярность, однако в других европейских странах возможностью проживания в хостелах пользуются

сотни тысяч людей, ведь именно благодаря им они не только экономят денежные средства, но и делают свою жизнь ярче и интереснее, отдав своё предпочтение активному, полному событий отдыху.

Теперь ощутить всю полноту студенческой жизни сможете, и Вы благодаря хостелу «Британия»! Комфортные уютные комнаты, заботливый персонал, доступные цены, необычная атмосфера и всё это прямо в центре города!

С номерным фондом можно ознакомиться в таблице 10.

Таблица 10

Номерной фонд

Тип номера	Цена за сутки	Описание номера
Двухместный Стандарт	От 1450	"В постели я звезда! Руки-ноги раскину и сплю!" Где как ни на огромной двуспальной кровати можно отдохнуть подуставшему путнику. Комната оборудована всем необходимым для комфортного пребывания в хостеле. В комнате имеется еще диванчик и телевизор!
Четырехместный семейный номер	От 2000	Предлагаем вам четырехместный номер, специально для семейной пары. В номере царит уют и домашняя атмосфера. Отличительной особенностью является наличие дополнительной кровати для детей или взрослых (2-их).
1	2	3
Шестиместный стандартный номер	От 500	Шестиместный номер оборудован двухъярусными кроватями, которые помогут вам комфортно провести ночь. Чистота, комфорт, уют! А так же не забывайте о том , что это отличное место для размещения компании друзей, группы туристов или спортсменов. Веселое времяпрепровождение гарантировано! ;)

Восьмиместный стандартный номер	От 450	Восьмиместный номер, поможет вам сэкономить на ночлеге, но при этом не потерять в качестве. Уютные койко-места, комфортные условия для ночлега. И также наш хостел находится в самом центре города, вы сможете дойти до любых популярных мест затратив минимум вашего времени.
---------------------------------	--------	--

В хостеле имеется:

1. Большая уютная КУХНЯ;
2. FREE Wi-Fi во всех комнатах;
3. FREE чай, кофе, сахар, молоко;
4. Влажная уборка номеров ежедневная;
5. Свежие полотенца, тапочки;
6. Утюг и гладильная доска. Скажем нет мятым рубашкам!
7. Большой LCD ТВ в холле и в номерах с кабельным телевидением
8. Seif
9. Услуги прачечной
10. Прокат велосипедов
11. Настольные игры
12. Тикет (Покупка билетов на самолет, ж/д поезд, концерт)
13. Организация трансфера, экскурсий
14. Организация обедов, питания

Предприятия питания

В настоящее время на рынке услуг города в общем объеме общественного питания занимает около 25 процентов. Это свыше 1,3 тысячи предприятий на более чем 120 тысяч посадочных мест.

Кафе «Бай-Хан»

г. Уфа, ул. Гафури, дом 4

тел.: +7 (347) 266-23-26, +7 927 236-23-26

Кафе «Бай Хан» это ресторанный проект в самом центре города Уфа, где созданы идеальные условия для отличного отдыха в уютной атмосфере богатого восточного стиля.

Попробовать вкусную восточную кухню, послушать музыку, посидеть в мягких креслах Вы сможете в шикарной обстановке нашего гостеприимного заведения. Удобное месторасположение, предусмотренная парковка, изысканный интерьер, щедро встретят и накормят всех наших гостей.

У нас Вы можете с радостью отметить банкеты, свадьбы, корпоративы, юбилеи, Дни Рождения и любые другие события. Мы сделаем самым вкусным и незабываемым каждое мгновение, проведенное у нас. А внимательный персонал, сделает Ваш отдых и общение спокойным и интересным.

Бизнес-Ланч -200 руб.

Ашхана «Нэнейка»

Адрес: пр. Октября, 4/2

Телефоны:216-55-35

Время работы: с 12.00 до 23.00

Ашхана башкирской национальной кухни "Нэнэйка" - это ода любви к своему народу, его традициям и культуре, воплощение башкирского мировоззрения, сочетающего в себе современность и традиции предков. Национальные блюда позволят ощутить сопричастность к истории, к великому наследию тюркского народа.

Кулинарная концепция ашханы - башкирская национальная кухня, с использованием в приготовление фермерских продуктов, выращенных на родной земле, изысканная и по-домашнему вкусная. Многие башкирские блюда не меняют своего рецепта на протяжении столетий. Посетителей приглашают в атмосферу башкирского гостеприимства, культуры и традиций!

Современная башкирская кухня включает в себя не только традиционные башкирские блюда, но и любимившиеся блюда тюркской и европейской кухонь. Именно поэтому в современной башкирской кулинарии при сохране-

нии чисто национальных черт нетрудно заметить интернациональные черты.

Во многом изменился набор продуктов, из которых сегодня готовится пища. Если за многовековую историю башкирский народ накопил огромный опыт обработки и приготовления мясной и кисломолочной продукции, то современная жизнь пополнила этот ассортимент блюдами из овощей, фруктов, рыбы, морских продуктов, печеными, мучными изделиями и сладостями.

И все-таки наиболее популярным продуктом в башкирской национальной кухне было и остается мясо. Мясо - основа большинства блюд, именно мясные продукты украшают любой дастархан, по обилию мясных блюд судят о богатстве и разнообразии праздничного стола.

Исстари башкирская кулинария отличалась своеобразной технологией. Особенность жизненного уклада башкирского народа наложила отпечаток на способы приготовления пищи. В традиционной башкирской кухне предпочтение всегда отдавалось варке. Именно этот процесс позволяет получать мягкие и нежные вкусовые оттенки мяса, придает ему сочность и аромат.

Большое место отводилось заготовке и длительному хранению продуктов. Во время забоя скота часть мяса заготавливали впрок, для чего его солили, вялили, иногда коптили, деликатесные изделия готовили в основном из конского мяса.

Широко использовались молоко и молочные продукты. Предпочтение отдавалось кисломолочной продукции, так как ее проще и легче было сохранять в условиях кочевой жизни.

Хлеб чаще всего выпекался в виде лепешек, из печеных изделий наибольшей популярностью пользовались и пользуются баурсаки. Из напитков всегда любимыми были кумыс и айран, особое место занимал чай.

Древняя посудная утварь делалась из кожи, дерева, керамики, в каждой семье был чугунный казан, где готовилась пища. Чай кипятили в чугунных кувшинах, позднее - в самоварах.

Обед-150 руб.

Транспортная доступность

У республики Башкортостан достаточно выгодное географическое положение и хорошая транспортная доступность.

До г. Уфа можно добраться на личном транспорте, автобусе на поезде и на самолете.

Расстояние и время от ближайших населённых пунктов до города Уфа:

Г.Оренбург-г.Уфа (373 км-5ч.16 мин)

Г.Кумертау-г.Уфа(238 км-3ч.17 мин)

Г.Мелеуз-г.Уфа(211 км-2ч.53 мин)

Г.Октябрьский-г.Уфа(181 км-2ч.48мин)

Г.Салават- г.Уфа (162 км-2ч.42 мин)

Г.Ишимбай-г.Уфа(154 км-2ч.26 мин)

Г.Стерлитамак-г.Уфа(128 км-2 ч)

Г.Нефтекамск-г.Уфа(214 км-3ч.50мин)

Г.Челябинск-г.Уфа(420 км-6ч.15 мин)

Г.Екатеринбург-г.Уфа(545 км-8ч.33 мин)

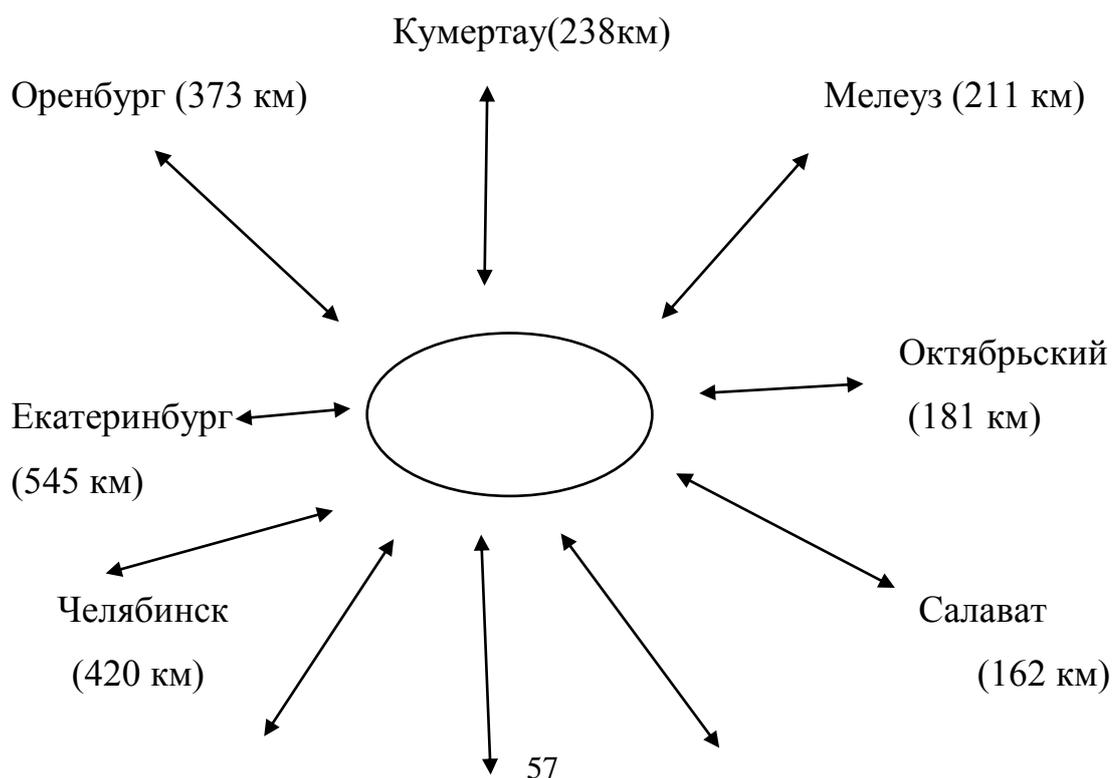
Расписание транспорта по данному направлению с разных точек отправления можно посмотреть на официальном сайте <https://rasp.yandex.ru>. В Таблице 11 показано примерное расписание автобусов, поездов, самолетов до г.Уфа.

Таблица 11

Расписание транспорта

Город отправления	Дни курсирования	Время отправления	Средство передвижения
Оренбург	вт, чт, вс по 11.10	06:10	Самолет
	19, 21, 23, 25, 27, 29, 31 май, 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18...и т.д	08:00	Автобус
	только 13, 17, 20, 24, 27 июн, 1 июл	23:31	Поезд
Кумертау	Ежедневно	С 07:00	Автобус
Мелеуз	Ежедневно	С 07:30	Автобус

Октябрьский	Ежедневно	С 06:30	Автобус
Салават	Ежедневно	С 07:00	Автобус
Ишимбай	Ежедневно	С 07:00	Автобус
Стерлитамак	Ежедневно	С 06:30	Автобус
Нефтекамск	Ежедневно	06:00	Автобус
Челябинск	16, 18, 20, 22, 24, 26, 28 май, 1, 3, 6, 8, 10, 12, 14, 16...и т.д	05:36	Поезд
	Ежедневно	09:29	Автобус
Екатеринбург	Сб по 15.10	18:20	Самолет
	только 31 май, 5, 7, 11, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29 июн, 1 июл	13:29	Поезд
	Ежедневно	09:00	Автобус



Нефтекамск (214 км)	Ишимбай (154 км)
Стерлитамак (128 км)	

Рис. Транспортная доступность города Уфа

Для разрабатываемого тура начальной точкой маршрута был выбран именно город Салават, так как автор является жителем данного города и тем самым, а хочет привлечь местных жителей к внутреннему туризму по родному краю.

Таким образом, доставка туристов к началу самого маршрута может осуществляться из разных мест (минимум 128 км-максимум 545 км), что позволит собираться группам туристов из разных городов и даст возможность более свободного варьирования программы тура.

В состав проектируемого автобусного тура входит город Уфа с экскурсионной программой и посещением различных экскурсионных объектов.

Обзорная экскурсия по Уфе начинается с памятника Салавату Юлаеву и смотровой площадки на реку Белую а рядом с ними Конгресс-холл, уникальное архитектурное в своем роде здание, потом сад имени Салавата Юлаева, Монумент Дружбы, Сад Аксакова, печатня Блохина-самый большой книжный магазин города, дом Ш.Худабердина- образец деревянного зодчества, театр Оперы и Балета, Гостиный двор, дом Губернатора, Софьюшкина Аллея, первая пожарная каланча, Спасский храм, заводууправление Гутмана.

- Памятник Салавату Юлаеву

Адрес: сквер им. Салавата Юлаева

Самый известный памятник города Уфы – это, безусловно, памятник Салавату Юлаеву. Этот памятник даже изображен на гербе республики Башкортостан. Он стал визитной карточкой Уфы и Башкирии.

Салават Юлаев – башкирский национальный герой, поэт, сподвижник Емельяна Пугачева, преданный по указу Екатерины II забвению. Башкиры до сих пор помнят и чтут своего героя, бившегося за их права.

Памятник Салавату Юлаеву в башкирской столице – рекордсмен. Это самая большая конная статуя во всей России и даже Европе! Ее высота – 9,8 метра. При этом вес монумента – 40 тонн. Памятник был открыт в Уфе 17 ноября 1967 года.

Место пользуется большой популярностью среди жителей Уфы и приезжающих туристов. Тем более памятник расположен очень удачно. Это самая высокая точка центральной части Уфы. Памятник стоит на утесе, возвышающемся над рекой Белой. От памятника отрывается красивый вид.

- Конгресс-холл

Адрес: ул. Заки Валиди, 2

Конгресс-холл является одной из достопримечательностей Уфы, где проводятся наиболее значимые общественные, политические, деловые, научные и культурные мероприятия.

Конгресс-холл построен на берегу реки Белой, проведено благоустройство территории, здесь посажены выращенные в питомнике ели. Новый комплекс не имеет аналогов в отечественной архитектуре и строительстве.

Конгресс-холл имеет единственный в России зал с раскрывающимся на экстерьер задником сцены, спроектированный с целью придания максимальной свободы для творческой фантазии режиссера. Здание запроектировано ключевым в создании первого в Уфе пространственного ансамбля — современного центра городского притяжения с каскадом площадей, спускающихся к набережной, естественным природным амфитеатром, самой большой в го-

роде многоуровневой пешеходной зоной, самым большим фонтанным комплексом в республике.

- Сад имени Салавата Юлаева
ул. Салавата, 22

Сад культуры и отдыха им. С. Юлаева — парк культуры и отдыха в Уфе. В разные времена носил названия «Сад на Случевской горе», «Сад Николая Богдановича», «Сад Егора Сазонова», «Сад им. Н. К. Крупской». В настоящее время парк назван в честь башкирского национального героя Салавата Юлаева.

Украшением сада является висячий мост, называемый также мостом влюблённых. Этот мост служит местом паломничества молодожёнов, которые вешают на перила замки с выгравированными именами и признаниями в любви.

- Монумент дружбы
Адрес: ул. Сочинская

Монумент Дружбы — памятник в городе Уфе, посвящённый 400-летию присоединения Башкирии к России. Установлен на Первомайской площади. В 1974 году Советом Министров РСФСР монументу Дружбы был придан статус памятника государственного значения.

Символами идеи дружбы выступают две высокие вертикальные стелы, выполненные из розового гранита. Эти стелы имеют форму меча, рукоятью закопанного в землю. Их высота составляет 35 м.

В основании памятника находятся бронзовые скульптуры двух женщин, которые сидят по обе стороны от стелы полуоборотом друг другу. В руках у скульптур, изображающих Россию и Башкортостан, символы мира — лавровые венки. На монументе высечены годы «1557 — 1957» и надпись:

«Слава великой братской дружбе русского и башкирского народов»

Кроме того, чугунные барельефы на монументе изображают момент принятия башкирскими биями русского подданства, рукопожатие русского и

башкирского рабочих, символики строительства, сельского хозяйства, промышленности, науки и культуры — всего около 40 фигур.

Помимо рельефа с изображением акта принятия подданства, на четырехгранном основании обелиска установлены еще три. Центральный рельеф, обращенный в сторону города, изображает радость трудовой победы. Крепкое рукопожатие русского и башкирского рабочих — смысловой и композиционный центр рельефа. Рядом находящиеся фигуры помогают раскрытию смысла происходящего события, образно показывают строительство, сельское хозяйство, промышленность. Близки к этому рельефу и два других, расположенных по боковым сторонам основания на темы науки и культуры. На рельефах изображено около сорока фигур, отлитых из бронзы. Это позволило обогатить рельефы игрой на соотношении цвета бронзы и синего гранита. К подножью памятника от реки Белой ведет лестница из гранита (100 ступеней).

Сооружение Монумента Дружбы – пример комплексного архитектурного, скульптурного и конструктивного решения. Оригинальность состоит в том, что центр тяжести монумента находится ниже планировочной отметки земли, что дает сооружению необходимую устойчивость.

- Сад культуры и отдыха имени Аксакова

Адрес: ул. Мустая Карима, 6

Сад назван в честь русского писателя Сергея Тимофеевича Аксакова. В конце XVIII в. на территории современного парка (ранее — Голубиная слобода, ныне — ныне ул. Пушкина, Новомостовая, Валиди и Цюрупы) родители писателя приобрели усадьбу с надворными постройками и плодовым садом. Здесь 20 сентября (1 октября) 1791 года и родился Сергей Тимофеевич Аксаков. Этот дом, однако, не сохранился. Он сгорел в пожаре в 1821 г.

Сад имени С. Т. Аксакова дважды признавался лучшим садом СССР и в 2005 году очередной раз был назван лучшим парком культуры Уфы.

Украшением парка является небольшое озеро. Сюда в 2002 году были завезены лебеди-шипуны, облагородившие парк. С ними вместе на озере живут утки. В воде водятся рыбы.

Сад Аксакова является любимым местом паломничества молодожёнов. Здесь проводятся культурно-массовые и спортивные мероприятия. Зимой в парке работает каток.

- Печатня Блохина

Принадлежал купцу и крупному культурному деятелю Уфы Николаю Кондратьевичу Блохину. В книжном магазине Блохина можно было приобрести учебную литературу не только на русском, но и на иностранных языках – немецком, французском и английском.

Печатня Н.К. Блохина, открытая в 1874 году, стала первой крупной частной типографией в Уфе. Здесь тиражировались книги, брошюры, плакаты, листовки, календари, открытки с видами города и т.п. Библиотека, которую уфимцы называли «Блохинской», была открыта в 1869 году и уже через 7 лет насчитывала 3 тыс. книг. Выписывались почти все известные журналы на русском языке (более 100 комплектов) и популярные газеты. Библиотека имела печатный каталог, в читальном зале посетители могли бесплатно знакомиться с новыми поступлениями.

В 1912 г. Н.К. Блохин передал библиотеку в дар городу. Она составила значительную часть фондов современной библиотеки № 2 на ул. Сочинской. В настоящее время в здании размещаются государственные учреждения и офисы частных компаний, издательство «Башбланкиздат» и многочисленные магазины, включая книжный.

- Дом Ш.Худабердина

Адрес: ул. Новомостовая, 20,

Музей располагается в двухэтажном деревянном особняке с мезонином, являющемся историко-архитектурным памятником. Был построен в

1890-е годы и принадлежал генералу Слотову. В начале XX века дом был куплен купцами Султановыми и до 1917 года принадлежал им.

В 1923 году Правительство республики подарило дом министру внутренних дел республики - Ш. Худайбердину и его семье для проживания. Здесь он прожил всего год, его жена и дочь вплоть до 1960 года.

На основании Постановления Кабинета Министров Республики Башкортостан от 30 апреля 1996 года в этом доме был создан музей Шагита Ахметовича Худайбердина, 10 октября 2000 года музей был открыт для посетителей как музей истории национально-государственного строительства республики.

Экспозиции музея посвящены различным периодам национально-государственного строительства в Башкортостане. Отдельный зал музея – это мемориальная комната Ш. Худайбердина – видного государственного и партийного деятеля, писателя и публициста. Часть экспозиции посвящена дочери Ш. Худайбердина - Тамаре Худайбердиной - народной артистке БАССР, заслуженной артистке РСФСР. Третий, последний зал музея рассказывает об участниках Афганской и Чеченской войн – уроженцах Республики Башкортостан.

- Театр Оперы и Балета

Адрес: ул. Ленина, 5 к 1

Башкирская оперная студия была создана в 1932 году по инициативе выдающегося певца, композитора и общественного деятеля Г. С. Альмухаметова в целях подготовки национальных артистических и композиторских кадров республики.

В течение первых двух лет Башкирский оперный театр дал 13 премьер, более полумиллиона зрителей посетили театр.

Первым художественный руководителем и главным дирижёр театра был — П. М. Славинский, главным режиссером и дирижером — Б. Г. Има-

шев, балетмейстером — Н. Г. Зайцев, гл. художником — Н. В. Ситников, главным хормейстером — Н. А. Болотов.

8 февраля 1940 года на сцене театра состоялась премьера первой башкирской оперы — «Хакмар» М. Валеева, а через несколько месяцев, в декабре, поставлена опера «Мергэн» А. Эйхенвальда.

В годы Великой Отечественной войны в Уфу был эвакуирован Киевский государственный театр оперы и балета им. Т. Шевченко, оказавший большое влияние на процесс становления башкирской оперы.

С историей Башкирского государственного театра оперы и балета неразрывно связано имя выдающегося танцовщика XX века Рудольфа Нуреева. В 1953 году Нуреев был принят в балетную труппу театра. Именно на этой сцене он сделал первые шаги к мировой балетной карьере. В партии Джигита в балете «Журавлиная песнь» Рудольф Нуреев обратил на себя внимание специалистов во время известной Декады башкирского искусства в Москве в 1955 году и был приглашён на учёбу в Ленинградское хореографическое училище. В 1987 году он последний раз был в театре, приехав из Парижа проститься с тяжело больной мамой.

В 1980-х годах балетная труппа театра пережила творческий кризис, связанный с отсутствием мастеров балета. После сотрудничества с Большим театром и открытием в 1986 году Уфимского хореографического училища наметился подъем. В работе труппы принял участие выдающийся хореограф Ю. Н. Григорович, поставивший в театре балеты «Тщетная предосторожность», «Щелкунчик», «Дон Кихот», «Лебединое озеро».

В 2008 году коллектив симфонического оркестра успешно выступил на гастролях в Южной Корее и был удостоен высокой награды — копии Короны I Корейского императора.

В 2009 году открылся Малый зал театра. На новой площадке уже идут новые спектакли: «Любовный напиток» Г. Доницетти, «Вакханалия» К. Сен-

Санса, «Вальпургиева ночь» Ш. Гуно, «День рождения Кота Леопольда» Б. Савельева.

- Гостиный двор

Адрес: пл. Верхнеторговая, 1

Гостиный двор в Уфе потребовался тогда, когда губернское правление перешло из Оренбурга к Уфе в 1802 году и городу потребовался генплан. В 1812—1815 годах велась переписка между Санкт-Петербургом, Оренбургом и Уфой, где и встретился «Гостиный двор».

С 1825 года в центре площади началось возведение каменного Гостиного Двора по проекту петербургского профессора архитектуры А.И. Мельникова. Здание в стиле классицизма, которое обрело окончательный облик лишь спустя 40 лет. В 1864 в «Журнале присутствия уфимского губернского правления» сообщалось, что большая часть постройки уже готова, а остальная должна быть готова к 1866 году.

Грандиозное строение желтого цвета с белыми барельефами обрамляли с четырех сторон светлые открытые галереи с арочными проемами, а в середине оставалось открытое пространство, позволяющее торговать как снаружи, так и внутри. Вскоре Гостиный Двор уже считался привилегированным местом среди местного купечества. Самым богатым из них отвели место под строительство частных торговых домов. Некоторые сохранились до наших дней:

- торговый дом купца Д.П. Берштейна (трехэтажное офисное здание со стороны ул. Коммунистической);

- торговый дом Иванова и Нобеля и здание Общества взаимного кредитования (два двухэтажных корпуса на Верхнеторговой площади);

- торговый дом братьев Крестовниковых (двухэтажный дом на ул. Ленина, который ныне занимает Макдональдс).

Начало реконструкции положил указ Президента Республики Башкортостан «О мерах по обеспечению ускорения реконструкции здания бывших Торговых рядов в городе Уфе» от 11 августа 1995 года.

11 октября 1999 года, воссозданный Гостиный двор по проектам уфимских архитекторов во главе с С.А. Голдобиным открылся и стал выполнять функцию торгового, делового, культурного центра не только Уфы, но и всей Республики. Занимая площадь 40 тыс. кв.м, он приютил под своей крышей более 150 торговых и развлекательных заведений. Фонтан, расположенный перед входом в Гостинном Дворе и представляющий из себя каскад из гранитных чаш, считается одним из самых крупных в столице Башкортостана (180 кв.м).

- Дом губернатора

Большой трёхэтажный дом для уфимского губернатора был возведён в 1832—1838-е гг. по проекту архитектора А. Д. Захарова. Здание построено в стиле русского классицизма середины XIX в. Архитектор А. А. Гопиус удачно привязал проект дома к сложному рельефу местности над рекой Белой. В дальнейшем к дому губернатора были пристроены канцелярия и галерея.

Дом губернатора завершил ансамбль Соборной площади, ставшей административным центром города. Здесь же разместились Присутственные места, губернская мужская гимназия, Духовная семинария и Воскресенский кафедральный собор.

После Октябрьской Революции 1917 г. в бывшем доме губернатора расположились Уфимский совет рабочих и советских депутатов и губернский революционный комитет, так что с 1 мая 1918 г. он назывался «Советский дом».

В 2001—2002 гг. здание было отреставрировано по проекту архитектора Ю. А. Пацкова. После реконструкции памятник понес невосполнимые потери: с крыши исчезли флюгера, пропала терраса и чугунный козырек над входом, колонны утратили ионический ордер, а интерьеры - парадную лест-

ницу. Ныне здесь располагается Министерство здравоохранения Республики Башкортостан. Рядом с бывшим домом губернатора находится Софьюшкина аллея.

- Софьюшкина аллея

Аллея была заложена в 60-х годах 19 века по улице Воскресенская и в Случевском переулке благодаря Софье Аксаковой — жене первого уфимского губернатора Григория Аксакова. Отсюда и происходит закрепившееся в народе ласковое название аллеи.

Софьюшкина аллея является единственной в Уфе аллеей классического типа — деревья на ней высажены в шахматном порядке параллельно друг другу с двух сторон пешеходной дорожки. В прежние времена кроме лип здесь были яблони, груши, клены березы, рябины. Такая планировка обеспечивала красочную палитру аллеи на протяжении почти всего года — с ранней весны, когда цветут яблони, до багряных кленовых листопадов поздней осенью.

- Спасский храм

Адрес: ул. Октябрьской Революции, 37А

Спасская церковь была заложена в 1824 году на месте церкви св. Спаса, сгоревшей при пожаре, случившемся в 1821 году, и действовала до 1844 года. В настоящее время она не существует. На месте Спасской церкви поставлен Крест.

Постановлением Президиума ЦИК Башкирской АССР от 29 декабря 1929 года Спасский храм был закрыт, впоследствии перестроен в мастерскую кинопроката. В советское время в здании храма располагался производственный цех, а также общежитие.

3 марта 1992 года Распоряжением Совета Министров Башкирской АССР № 158-р Спасский храм включен в перечень зданий-памятников архитектуры, поставленных под государственную охрану и передан на баланс

Министерства культуры Башкирской АССР, которое разместило в нём свои реставрационные мастерские.

1 сентября 1994 года в соответствии с Указом Президента Республики Башкортостан от 10.06.1994 и Приказом Министерства Культуры Республики Башкортостан от 29.08.1994 г. № 222 здание Спасского храма было передано по акту на баланс Уфимской епархии Русской Православной Церкви. Произошло событие, которое ожидалось 65 лет со дня закрытия храма — в августе 2004 года храм был возвращен верующим.

6 сентября 2004 года Спасскому храму присвоен статус памятника истории и культуры, в подтверждение чего органами Министерства культуры Российской Федерации был составлен соответствующий документ.

Начиная с 24 октября 2004 года в Спасском храме по воскресным вечерам регулярно совершаются молебны с акафистом перед иконой Спаса Нерукотворного, а с 29 августа 2005 года возобновлены регулярные богослужения. Здание Спасского храма требует реконструкции. В настоящее время ведутся строительные работы

- Национальный музей Республики Башкортостан

Адрес: ул. Советская, 14

Национальный музей Республики Башкортостан — государственное бюджетное учреждение культуры и искусства Национальный музей Республики Башкортостан.

Музей основан 23 апреля 1864 года при Губернском Статистическом комитете Оренбургской губернии по инициативе нескольких членов комитета (Бух К. А., Гурвич Н. А., Пеккер А. А., Власов В. И.) при активном участии губернатора Г. С. Аксакова.

Музей располагается в здании бывшего Крестьянского поземельного банка. Здание банка было построено по проекту, разработанному в 1905 году архитектором Друккером. В 1942—1945 гг. к зданию был выполнен пристрой по проекту архитектора Е. Топуза, который в целом повторял его стилистику,

но имел и отличия. В середине — конце 1980-х годов в здании размещались Президиум Верховного Совета БАССР и Башкирский Обком ВЛКСМ (затем Союз демократической молодёжи РБ). С декабря 1989 года в здании разместился Национальный музей Республики Башкортостан.

Здание бывшего «Крестьянского Поземельного банка (Уфимское губернское отделение)» с (пристроеном 1943—1945 гг.) и надворная хозяйственная постройка 1906—1908 гг. является памятником архитектуры.

В 2001—2003 гг. в здании проводился капитальный ремонт и реставрация.

Национальный музей Республики Башкортостан является головным музеем, расположенным в городе Уфе. В составе Национального музея Республики Башкортостан на правах филиалов функционирует 10 государственных музеев, из них — 6 расположены в городах и 3 в сельской местности.

В 35 выставочных залах развернулись археология (эпоха бронзы и камня), история (15-21 века), этнография башкирского и других народов республики (удмуртов, мордвы, мари, украинцев, чувашей и др.). Залы, посвященные природе Башкирии, имитируют различные биологические среды: "Земноводные, пресмыкающиеся и рыбы", "Пещеры Башкортостана", "Эпоха камня", а небольшая экспозиция знакомит с одним из живых символов региона - бурзянской пчелой.

Фонды музея насчитывают 140 тыс. ед. хранения основного фонда, 51 тыс. единиц хранения научно-вспомогательного фонда.

Одним из достояний музея является нумизматическая коллекция, которая была серьезно расширена и дополнена со времён основания музея. Сейчас она насчитывает более чем 16 тысяч экземпляров. Жемчужинами являются монеты- «чешуйки», относящиеся ко времени правления Ивана III. Помимо них, музей располагает обширной коллекцией золотых и серебряных монет России. Предметом гордости считается сабля, выставленная в музее и

принадлежавшая по легенде национальному герою Салавату Юлаеву (обнаружена в 1910-1911 годах в деревне Курмантау археологом С.Р. Минцловым)

Во второй день тура группа посетит республиканский этно-фестиваль башкирского чая «Кукушкин чай»

- Республиканский этно-фестиваль башкирского чая «Кукушкин чай»

Кякук сяйе (Кукушкин чай; башк. Кәкүк сәйе, тат. Кәкүк чәе, кәкүк — «кукушка», сәй, чәй — «чай») — татарский и башкирский обрядовый праздник, посвящённый встрече лета.

Кякук сяйе своё начало берёт от архаичных доисламских верований, которые были связаны с древним культом птиц у башкир — о способности душ умерших превращаться в птиц.

Кякук сяйе проводился в весенне-летний период — с конца апреля до середины июля.

Организатором праздника обычно являлась пожилая женщина, знающая правила проведения торжества. В некоторых районах её называли юлбарсы. Юлбарсы одевалась в пёстрое платье и украшенный монетками красный камзол-безрукавку, а на голову были наброшены два платка: один платок с пришитыми по краям медными круглыми бляшками — накидывался на голову в развернутом виде и покрывал всю спину, а другой — повязывался косынкой. Поверх платков надевала шапочку с высокой тульей. Обычно, организаторы устанавливали дату проведения праздника по времени прилета и голосу кукушки.

В день торжества празднично одетые женщины и дети собирались на склоне горы или на берегу реки, иногда на лужайке перед домом, для чаепития приносили с собой беляш (бэлиш), баурсак, блины, губадию, мёд, чак-чак, эремсек и другие.

Кякук сяйе начинался с обряда умилоствления кукушек: под корни деревьев, на которых куковали кукушки, дети поливали молоко, катык и клали яйца, а на ветки деревьев завязывали красные ленты. Пожилые женщины

читали молитвы, смотря на вершины деревьев, просили у кукушек даровать изобилие пищи, мира и благополучие роду. А потом дети подбирали хворост, сушняк для разведения костра. Пока женщины приступали к кипячению чая и приготовления пищи, молодежь играла в различные народные игры («Ак тирэк, кук тирэк», «Кумер юзек», «Йэшэрэн яулык», «Ус букэн», «Ак кайын», «Балга бар», бег взапуски, прыжки, перетягивание каната между командами девушек и молодых женщин и др.), исполняли танцы, песни и такмаки.

Пожилые женщины во время чаепития, рассказывали поучительные истории, легенды, сказки, предрассудки о кукушке. После чаепития, загадывали желание и гадали, прислушиваясь к кукованию кукушки. Иногда на празднике раскладывали остатки каши на камнях, деревьях, пнях, и обращаясь к природе и птицам, произносили благопожелания с просьбой об изобилии и благополучии. Женщины исполняли песни о кукушке, исполняли танцы.

«Кукушкин чай» — это коллективное чаепитие, сопровождающееся играми, песнями, плясками, гаданиями.

В программе этно-фестиваля чайная и медовая выставка-ярмарка, на которой можно будет приобрести уникальный лечебный башкирский мёд с лучших пасек республики Башкортостан, а так же чайные лечебные наборы, выращенные на просторах родного края ;

Семинар травника Михаила Гордеева «Кукушкин чай - рецепт и женское здоровье» М.В. Гордеевым разработаны многочисленные сборы лечебного, профилактического, общеукрепляющего характера. Основу фито препаратов составляют более 300 наименований лекарственных растений.

Основными местами заготовки лекарственных растений, используемых им в практике, являются экологически чистые районы Республики Башкортостан.

На фестивале будут работать фито-бар и конечно же дегустация башкирского чая, а также национальных башкирских блюд, такие как, Салат

«Башкортостан», Килен тукмасы (что в переводе с башкирского языка «Лапша невесты»), Вак-бэлиш (пирожки), Кыстыбый (пирог), Чак-чак (изделие из теста) и много-много других вкусных и интересных блюд.

Так же на фестивале будут проходить конкурсы на Лучший танец кукушки» среди детей, «Лучшая песня кукушки» среди прекрасной половины фестиваля, «Лучший костюм кукушки» среди детей школьного возраста, «Лучший тотем кукушки» среди участников мастер –классов.

В течение всего фестиваля будут проходить мастер-классы по изготовлению обрядовой игрушки в виде символа фестиваля кукушки, мастер класс об атрибутах национальной одежды, орнаментах и его значениях, а также у гостей фестиваля будет возможность научиться шить национальные костюмы для детских кукол.

На фестивале будет анимационная программа для детей и их родителей, концерт музыкальных фольклорных коллективов республики Башкортостан, театрализованные представления башкирских историко-культурных центров, фолк-дискотека на открытом воздухе в сопровождении живого выступления популярных народных ансамблей республики Башкортостан.

Кульминацией праздника станет красочный «Карнавал кукушки» в виде театрализованного концерта – с играми, песнями и танцами, в котором смогут принять участие все желающие и тем самым встретить своеобразное начало лета.

После такого насыщенного мероприятия как «Кукушкин чай» группа отправится на обед в ашхану(с башкирского языка-столовая) «Нэнэйка» ,где группа сможет продолжить свое знакомство с национальной башкирской кухней .

Ну и в заключении тура группа посетит соборную мечеть «Ляля-Тюльпан», которая является не только культурно-образовательным центром города Уфа, в котором проводятся мусульманские праздники, но и уникальным архитектурным сооружением.

В основу проекта был положен символ приходящей весны, цветущего тюльпана (который издревле был символом тюркских народов), а минареты олицетворяют два его бутона.

Мечеть представляет собой каменное 3-этажное здание с размерами 50×50×21 м. Основу архитектурной композиции составляет образ цветущего тюльпана. Два восьмигранных минарета в виде бутонов тюльпанов высотой 53 м находятся по обе стороны от главного входа.

Вход в мечеть находится на уровне третьего этажа, где расположены вестибюль и молитвенный зал (300 мест) с балконом для женщин (200 мест). Молитвенный зал оформлен в восточном стиле: растительный орнамент на стенах и витражах символизирует цветы райских деревьев. Стены мечети облицованы мрамором и змеевиком. Пол выложен керамической плиткой и застелен коврами, в окнах — цветные витражи. В зале — хрустальные люстры.

На первом и втором (террасных) этажах мечети находятся гостевые комнаты и зал, где проводятся церемонии бракосочетания (никах), обряд имянаречения, заседания мухтасибата. При мечети действуют медресе и воскресные школы для взрослых и детей, есть учебные кабинеты на 100 шакирдов, общежитие на 60 мест, столовая и конференц-зал на 130 мест. Суммарно мечеть вмещает более 1000 верующих.

2.4. Экономическое обоснование тура

«Красота земли Башкирской»

Наряду с такими важными факторами, как внедрение новой продукции, сегментация рынка, издержки сбыта, ценообразование является наиболее важным фактором. При резком возрастании издержек сбыта и цен на туристском рынке усиливается ценовая конкуренция. Это увеличивает внимание и компаний, и потребителей к вопросам, касающимся цен на турпродукт.

Цены и ценовая политика – важнейшее средство реализации маркетинговой стратегии туристской фирмы. Именно от цен в большой степени зави-

сят коммерческие результаты. Эффективная ценовая политика оказывает решающее воздействие на стратегическое развитие туроператора. Цены свидетельствуют о конкурентоспособности тур услуг и занимаемой ими позиции на рынке[21].

Факторами, влияющими на уровень и динамику цен туроператора, а также на методику их формирования, являются:

- уровень и динамика конкурирующих цен;
- издержки производства и планируемая прибыль;
- соотношение спроса и предложения;
- качественные оценки услуг.

Существуют два метода расчета цен: затратный, ориентированный на затраты и плановую прибыль, и конкурентный, ориентированный на цены основных конкурентов.

На практике многие фирмы используют комбинированно оба метода, так как это дает наилучший эффект с точки зрения, как рентабельности, так и конкурентоспособности.

Затратный метод расчета цен основан на калькуляции полных, прямых, стандартных издержек при производстве туристского продукта и услуг. При этом методе норма прибыли, покрывающая косвенные издержки туроператора, учитывается на уровне установленной отраслевой рентабельности. Эта стратегия ценообразования основана на издержках, которые включают не только прямые затраты на производство турпродукта, основанные на расчете его себестоимости, но и косвенные - налоги, оплату труда и прочее.

Издержки туроператора делятся на основные и накладные.[25]

Накладные издержки - это те затраты, которые остаются неизменными при разных объемах реализации.

Основные издержки - это затраты, имеющие прямое отношение к формированию турпродукта. Их общая сумма меняется пропорционально объему реализации.

Данный тур представляет собой двухдневную поездку. Он рассчитан на потребителей, возрастная категория которых от 16 лет. По психографическому критерию это туристы, любители всего интересного и нового, среднего класса.

Тур включает в себя прямые затраты:

1. Транспорт (комфортабельный туристический автобус)
2. Размещения
3. Питание (завтраки и ужины)
4. Экскурсионное обслуживание (по всему маршруту)
5. Медицинское страхование

При составе туристической группы в минимальном количестве 10 человек и 1 сопровождающий и в количестве 15 человек и 1 сопровождающий, в стоимость путевок для туристов включается цена за сопровождающего. Для транспортного обслуживания туристам с минимальным количеством человек 10 и 1 сопровождающий предлагается автобус Ford tranzit, микроавтобус (предназначен для маршрутов по городу и междугородних маршрутов) на 20 пассажирских мест. Для группы туристов 15+1 предлагается тот же автобус.

В процессе подсчета затрат учитывалось, что автобус будет сопровождать туристов по маршруту от г.Салават до г.Уфа (162 км).

Под затратами на размещение подразумевается проживание туристов в мини-гостинице «Британия»

Расходы на питание группы включают в себя: завтрак и ужин в мини-гостинице «Британия», обед в кафе «Бай Хан» и обед в ашхане «Нэнейка».

В затраты на экскурсионные услуги включены расходы на оплату экскурсионное обслуживание в городе Уфа. В затраты включены расходы на зарплату сопровождающего по всему маршруту.

Также в прямые затраты тура входит страховой взнос на медицинское страхование туриста («Премиум» - 30 тыс. долларов).

Транспортные расходы

Маршрут тура начинается от кинотеатра «Октябрь» в городе Салават. Туристы загружаются в автобус и отправляются в г.Уфу.

Транспортная компания ООО «Автокруиз» - перевозка туристической группы. Стоимость услуг перевозки указана с учетом выбранной категории автобуса и протяженностью маршрута, в соответствии с прайс-листом компании.

Стоимость аренды автобуса, для выбранного типа составляет 25 рублей за один километр пути. Следовательно, стоимость поездки Салават-Уфа 162 км составит – 4050 руб. Показатель в стоимостном выражении при минимальном количестве туристов (10 человек и 1 сопровождающий) равен 405 руб. Для группы $15+1 = 270$ руб.

Обратно туристы поедут на этом же автобусе, что означает стоимость будет такая же, как и туда -4050 руб, Показатель в стоимостном выражении при минимальном количестве туристов (10 человек и 1 сопровождающий) равен 405 руб. Для группы $15+1 = 270$ руб.

Также передвижения между объектами рассчитывается как за 1 километр пути, следовательно, стоимость будет составлять 750 руб (за 30 км), значит для группы $10+1$ это составит 75 руб. На человека, а для группы $15+1$ это 50 руб.

Согласно прайс-листу транспортной компании внутри маршрутные, внутри экскурсионные перевозки и простои оплачиваются из расчета час простоя или час следования.

Время простоя составляет 12 часов, что оплачивается в размере 600 руб. в час, в сумме это 7200. В группе $10+1$ это составит 720 на чел., в группе $15+1$ – 480 руб.

Затраты на проживание

Затраты на проживание рассчитываются, согласно установленной хостела, каждая устанавливает свое собственнй тариф. Размещение в сумме дало 500 руб. на человека.

При расчете затрат на проживание группы, были включены затраты на размещение одного сопровождающего.

Сумма на группу из 10 человек (+сопровождающий) составила 5500 руб, на человека 550 руб. На группу из 15(+1) – 8000 руб, а на человека 533,33 руб.

Затраты на питание

Затраты на питание рассчитываются следующим образом:

Обед в кафе «Бай Хан» -на человека 200 руб, на группу (10+1) 220 руб .на человека, а на группу (15+1) -213,33 руб. на человека.

Ужин в мини гостинице «Британия» -на человека 200 руб ,на группу (10+1) 220 руб .на человека, а на группу (15+1) -213,33 руб. на человека.

Завтра в мини –гостинице «Британия» -на человека 150 руб,на группу (10+1) 165 руб на человека, а на группу (15+1) 160 руб. на человека.

Обед в ашхане « Нэнейка» на человека 150 руб,на группу (10+1) 165 руб на человека, а на группу (15+1) 160 руб. на человека..

Затраты на экскурсии

Затраты на посещение событийного мероприятия, рассчитываются из установленной стоимости билета на одного человека вне зависимости от количества людей в группе.

Стоимость посещения событийного мероприятия:

Этно-фестиваль «Кукушкин чай» -100 руб. на билет. Для группы (10+1) это составит 110 руб на человека,а для группы (15+1) это будет 106 руб

Затраты на обзорные экскурсии составляют стоимость экскурсионного обслуживания на 1 человека.

Стоимость обзорных экскурсий:

По Уфе – 300 руб.

В Национальный музей Башкирии-150руб

Скидки на этого вида затраты не предусмотрены.

Затраты на сопровождение

Зарплата сопровождающего устанавливается туристическим предприятием в размере 1000 рублей в день, т.к. тур рассчитан на 2 дня, затраты на сопровождающего составят 2000 руб. Для группы из 10 человек на одного человека приходится 200 руб., для группы из 15 человек – 133 руб.

Затраты на медицинскую страховку

Медицинская страховка в Росгосстрах составляет 30 тыс. долларов на пакет «Премиум». Это включает обязательное медицинское страхование путешественника. Стоимость затрат на страхование туриста по выбранной схеме составляет 21 рубль в сутки на человека. В стоимость включает страховка и на сопровождающего. Тогда для группы 10+1 стоимость составит 231 руб. т.е. по 23,1 руб. с каждого. Для группы 15+1 стоимость составит 336 руб. т.е. по 22,4 руб. с каждого.

Калькуляцию прямых затрат можно посмотреть в таблице 12.

Таблица 12

Калькуляция прямых затрат тура «Красота земли Башкирской»

Наименование калькуляционных статей	Ед. изм.	Количество	Стоимость ед. услуги	Показатели в стоимостном выражении			
				Min кол. тур. 10+1	На 1 тур.	Max кол. тур. 15+1	На 1 тур.
Медицинская страховка	Руб/сутки	1	21	231	23,1	336	22,4
Итого затрат на страхование	Руб	-	21	231	23,1	336	22,4
Транспорт: Г.Салават-г.Уфа	руб\км	162	25	4050	405	4050	270
Г.Уфа-автобус(передвижения по городу)	руб/км	30	25	750	75	750	50
Г.Уфа-г.Салават	руб/час	12	600	7200	720	7200	480
Г.Уфа(простой)							
Итого транспортных	Руб	-	-	16050	1605	16050	1070

затрат							
Проживание: Хостел «Британия»	Руб/ Сут	1	500	5500	550	8000	533,33
Итого затрат на проживание	-	-	-	5500	550	8000	533,33
Питание: Обед в ресторане «Бай Хан»	Руб/чел	1	200	2200	220	3200	213,33
Ужин в мини-гостинице «Британия»	Руб/чел	1	200	2200	220	3200	213,33
Завтрак в мини-гостинице «Британия»	Руб/чел	1	150	1650	165	2400	160
Обед в ашхане «Нэ-нейка»	Руб /чел	1	150	1650	165	2400	160
Итого затрат на питание	Руб/чел	-	-	7700	770	11200	746,6
Экскурсионное обслуживание: - Событийное: -Этно-фестиваль «Ку-кушкин чай»	Руб/ Билет	1	100	1100	110	1600	106,6
Обзорная экскурсия по Уфе	Руб/Билет	1	300	3300	300	4800	320
Экскурсия в Национальный музей Башкирии	Руб/билет	1	150	1650	165	2400	160
Итого экскурсионное обслуживание	-	-	-	6050	575	8800	586,6
Зарплата сопровождающего	Руб\ День	2	1000	2000	200	2000	133,33
Всего прямых затрат:	Руб	-	-	37531	3723,1	46386	3092,26

Приведем общие показатели по всем калькуляционным статьям

Таблица 13

Калькуляция тура «Красота земли Башкирской»

Наименование калькуляционных статей	Ед. изм.	Показатели в стоимостном выражении			
		Min кол-во туристов (10+1)	На 1 туриста	Max кол-во туристов (15+1)	На 1 туриста
1. Страховка	Руб	231	23,1	336	22,4
2. Транспорт	Руб	16050	1605	16050	1070
3. Проживание	Руб	5500	550	8000	533,33
4. Питание	Руб	7700	770	11200	746,6
5. Экскурсионное обслуживание	Руб	6050	575	8800	586,6
6. Зарплата сопровождающего	Руб	2000	200	2000	133,33
Итого прямых затрат	Руб	37531	3723,1	46386	3092,26
7. Косвенные расходы туроператора	10%	3753,1	372,31	4638,6	309,22
Затраты по сбыту и реализации	1%	375,31	37,23	463,86	30,92
Полная себестоимость	Руб	41659,41	4132,64	51488,46	3432,4
Прибыль	10%	4165,94	413,2	5148,84	343,24
Стоимость обслуживания группы	Руб	45825,35	-	56637,3	-
1	2	3	4	5	6
Стоимость (цена) одной туристской путевки	Руб	-	4545,84	-	3775,64

Расчет показателей с учетом минимального количества человек (10) в группе. Полная себестоимость тура рассчитывается с учетом прямых и косвенных затрат[18]:

$$Z = Z_{\text{пр}} + Z_{\text{кос}} + Z_{\text{сб}}, \text{ где}$$

Z-Полная себестоимость

$Z_{\text{пр}}$ - Сумма прямых затрат

$Z_{\text{кос}}$ - Сумма косвенных затрат

$Z_{\text{сб}}$ - Сумма затрат по сбыту и реализации турпродукта

$$Z = 37531 + 3753,1 + 375,31 = 41659,41 (\text{руб.})$$

$$V_{\text{р.}} = Z + \Pi, \text{ где;}$$

$V_{\text{р.}}$ – стоимость обслуживания;

Z – полная себестоимость;

Π – прибыль;

$$V_p = 41659,41 + 4165,94 = 45825,35 (\text{руб.})$$

$$\Pi(10) = 4582,53 (\text{руб.})$$

$\Pi(10)$ - стоимость одной путевки.

Прибыль в данном случае закладывается в размере 10% от полной себестоимости.

Расчет показателей с учетом максимального количества человек в группе (15):

Полная себестоимость тура рассчитывается с учетом прямых и косвенных затрат:

$$Z = Z_{\text{пр}} + Z_{\text{кос}} + Z_{\text{сб}}, \text{ где}$$

Z - Полная себестоимость

$Z_{\text{пр}}$ - Сумма прямых затрат

$Z_{\text{кос}}$ - Сумма косвенных затрат

$Z_{\text{сб}}$ - Сумма затрат по сбыту и реализации турпродукта

$$Z = 46386 + 4638,6 + 463,86 = 51488,46 (\text{руб.})$$

$$V_p = Z + \Pi;$$

где V_p - стоимость обслуживания;

$$V_p = 51488,46 + 5148,84 = 56637,3 (\text{руб.})$$

$$\Pi(15) = 3775,82 (\text{руб.})$$

$\Pi(15)$ - стоимость одной путевки

Расчет экономической эффективности формирования и реализации туристической услуги

Основными показателями, характеризующими эффективность производства услуги, являются: рентабельность производства единицы услуги; прибыль с продажи одной услуги; доля налогов в единице услуги.

Все общие показатели, включая доходы, расходы и налоги, удобно разместить в одной таблице расчета экономической эффективности тура.

Таблица 14

Экономическое обоснование тура «Красота земли Башкирской»

Наименование статей	Ед. изм.	Показатели в стоимостном выражении			
		Min кол-во туристов 10	На 1 туриста	Max кол-во туристов 15	На 1 туриста
Выручка от реализации	Руб	45500	4550	68250	4550
Полная себестоимость	Руб	41659,41	4132,64	51488,46	3432,4
Прибыль	Руб	3840,59	417,36	16761,54	1117,6
Налоги (20%)	Руб	768,12	83,47	3352,30	223,52
Продажная стоимость 1 путевки	Руб	-	4550	-	4550
Рентабельность продаж	%	6.75	-	19,65	-

Расчет показателей с учетом минимального количества человек в группе (10 человек):

Пц (продажная цена) – 4550 руб.

Выручка от реализации = Стоимость (цена) одной туристской путевки;

Прибыль = выручка от реализации – полная стоимость;

Налог на прибыль (20%) = (прибыль x 20) : 100%;

Чистая прибыль = прибыль – налог на прибыль;

Рентабельность = (чистая прибыль : выручка от реализации) x 100%;

Выручка от реализации (V_p) = $10 * 4550 = 45500$

Прибыль = $45500 - 41659,41 = 3840,59$

Налог на прибыль (20%) = $(3840,59 * 20) : 100\% = 768,12$

Чистая прибыль = $3840,59 - 768,12 = 3072,47$

Рентабельность = $(3072,47 / 45500) * 100\% = 6.75$

Расчет показателей с учетом максимального количества человек в группе (15 человек):

Пц (продажная цена) – 4550 руб.

Выручка от реализации = Стоимость (цена) одной туристской путевки;

Прибыль = выручка от реализации – полная стоимость;

Налог на прибыль (20%) = (прибыль x 20) : 100%;

Чистая прибыль = прибыль – налог на прибыль;

Рентабельность = (чистая прибыль: выручка от реализации) x 100%;

Выручка от реализации(V_p)= $15 \cdot 4550 = 68250$

Прибыль= $68250 - 51488.46 = 16761,54$

Налог на прибыль (20%)= $(16761,54 \cdot 20) : 100\% = 3352,30$

Чистая прибыль= $16761,54 - 3352,30 = 13409,24$

Рентабельность= $(13409,24 / 68250) \cdot 100\% = 19,65$

Вычислив рентабельность тура с минимальным и максимальным количеством туристов в группе, можно сделать следующий вывод, что при большей численности путешественников в группе, показатель рентабельности тура возрастает.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Республика Башкортостан имеет большой потенциал для развития туризма в целом. Уфа – это не только крупный деловой и культурный центр, где пересекаются культуры двух народов, но и территория, которую по праву можно считать жемчужиной Южного Урала. Приглашая туристов любой возрастной категории представители сферы туристского бизнеса должны не

только знакомить гостей города с уникальным туристским наследием края, богатого своей природой, историей, а также давать возможность познакомиться с культурой многонационального населения и их традициями.

В ходе работы над выпускной квалификационной работой были изучены перспективы развития событийного туризма в России, дано описание новых туристических предложений по территории Башкирии, целью которых является популяризация внутреннего туризма, продвижение территорий и достопримечательностей регионов, основанных культурном, историческом наследии страны.

Маркетинговые исследования, проводимые в работе, показали, что интерес к организации данного туристического маршрута, высок. На основании полученных данных был спроектирован тур «Красота земли Башкирской».

Во введении определены объект и предмет исследования, поставлена цель, сформулированы задачи, обоснована актуальность.

В соответствии с целью работы – проектирование тура, был разработан двухдневный маршрут, включающий в себя обзорную экскурсию по столице Башкирии-городу Уфе, посещение национального музея республики и знакомство с историей, культурой и бытом башкирского народа, посещение республиканского этно-фестиваля «Кукушкин чай», где проходит своеобразная встреча лета ,а так же множество мастер-классов, дегустация национальных блюд ,меда и чая, семинар травника и обширная развлекательная программа для гостей фестиваля, а в заключение группа сможет посетить уникальное архитектурное и значимое для исламской культуры сооружение –мечеть «Ляля-Тюльпан». В качестве средства передвижения используется комфортабельный автобус от г.Салават и до г.Уфы.

В экономической части рассчитываются прямые затраты, калькуляция тура и экономическая эффективность тура, где дается информация по рентабельности и продажной стоимости путевки. Рассчитанная рентабельность

данной туристической программы свидетельствует о том, что программа, быстро окупаемая среди данных туристических путевок.

Особую значимость имеет презентация, которая может быть использована на туристических выставках, таких как «Туризм. Спорт. Отдых. Здравоохранение-2017» и др., так же на сайте Государственного комитета республики Башкортостан по предпринимательству и туризму в качестве рекламного материала ресурсов данной территории и на сайте турагенства «Велл» в виде туристического направления. Поставленные задачи в ходе работы были решены, и поставленная цель- проектирование тура – достигнута. Полагаю, что представленный тур, сочетающий познавательные экскурсии, посещение уникального традиционного мероприятия как республиканский этнофестиваль «Кукушкин чай», мастер-классы, надолго запомнятся туристам и помогут им приблизиться к культуре башкирского народа.

Надеемся, что проектирование данного тура повысит интерес к данной территории и увеличит поток туристов, что благоприятно скажется на экономическом развитии района.

Следует помнить, что развитие внутреннего туризма может со временем поставить Россию в один ряд с ведущими «туристскими державами» мира, стать важнейшим источником валютных поступлений в общий бюджет страны, способствовать подъему и укреплению российской экономики.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

I. Законодательная база

1. «Конституция Российской Федерации» (с измен. От 21.07.2014) от 12.12.1993
2. ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 29.06.2015.) от 24 ноября 1996 года.

3. Федеральный закон №2300-1 ФЗ «О защите прав потребителей» (в ред. от 13.07.2015) от 07.02.1992г.
4. Федеральный закон № 165-ФЗ «Об основах обязательного страхования» (ред. от 01.12.2014) от 16.07.1999г.
5. ГОСТ Р 50647-2010 «Общественное питание. Термины и определения». Дата введения: 01.01.2012
6. ГОСТ Р 50681-2010 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. Дата введения: 2011-07-01
7. ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. от 1 июля 1994 года.
8. ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Дата введения: 2009-07-01
9. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. от 1 июля 2001 год.
10. ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания.

II. Литература

11. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент [Текст] / О. В. Алексеева // Российское предпринимательство, 2011. - №6. - С. 167.
12. Артемова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма: Учебное пособие [Текст] . - М.: Изд. РАГС, 2007. – 143 с.
13. . Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин - Ростов н/д: Феникс, 2008. - с.121
14. Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин - Ростов н/д: Феникс, 2008. - с.123
15. Боровских Л.Л. Методические указания по экономическому обоснованию дипломной работы на тему: «Разработка тура» для студентов специальности 100103. – Екатеринбург: РИО УГЛТУ, 2008. - 12с.

16. Васильев В. В., Гвозденко А. А., Забаев Ю. В. и др. Менеджмент туризма. [Текст] М., 1998
17. Вержущая Г.М. Факторы, способствующие развитию событийного туризма в мире / [Текст] Г.М. Вержущая // Вестник Университета (Государственный университет управления), 2012. - №5. - С. 106
18. Волков, Б. С. Психология юности и молодости / [Текст] Б. С. Волков. - М. : Акад. проект : Трикта, 2006. - 256 с.
19. Габриэлян Г. Событийный туризм станет индустрией. [Текст] / Турбизнес. – 2012.– №14
20. Данченко Л.А. Маркетинг: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. [Текст] - М., 2005. – 164 с.
21. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] М: ЮНИТИ-Дана, 2009. – 243 с.
22. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – [Текст] Мн.: Новое знание, 2001
23. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение [Текст]: учебник / Б. В. Емельянов - 5-е изд. - М.: Советский спорт, -2004.
24. Здоров А.Б. Экономика туризма. [Текст] - М.: Финансы и статистика, 2004
25. Козырева Н. В. Экономика. Учёт издержек в туризме. [Текст]. - М.: Дрофа, 2001
26. Лисовский, В. Т. Социология молодежи [Текст]/ В. Т. Лисовский. - СПб. Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1996. - 361 с.
27. Павловский, В. В. Ювентология: проект интегративной науки о молодежи [Текст] / В. В. Павловский. -М. : Акад. проект, 2001. - 264 с.
28. Портер М. Конкуренция [Текст] пер. с англ. М: Издательский дом «Вильямс», 2001. -С.495.
29. Седова Н. А. Культурно-просветительный туризм учеб. пособие. – [Текст] М/ Седова Н.А Советский спорт.-2003.

II. Электронные ресурсы

30.Официальный сайт Государственного комитета Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://tourism.bashkortostan.ru/>. – Загл. с экрана.

31.Официальный сайт Республики Башкортостан [Электронный ресурс].- Режим доступа : <https://www.bashkortostan.ru/> . – Загл. с экрана.

32.Официальный сайт «По Башкирии» [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://pobashkirii.ru/o-bashkirii/turisticheskaya-infrastruktura-respubliki-bashkortostan>. – Загл. с экрана.

34.Официальный сайт «Тонкости туризма» [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://tonkosti.ru>. – Загл. с экрана.

35. Официальный сайт сети агентств пляжного туризма «Велл» [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://salavat.well.ru/> . – Загл. с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Нитка маршрута

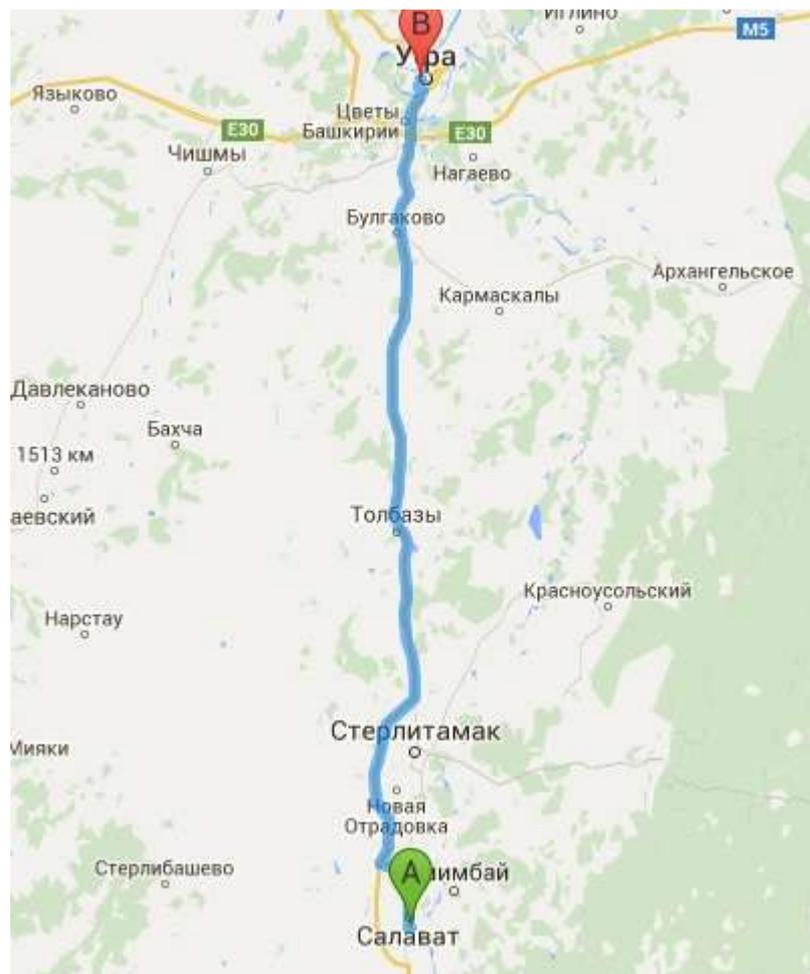


Рис. Нитка маршрута г.Салават- г.Уфа

Приложение 2

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

туристического путешествия по маршруту
«Проектирование тура выходного дня «Красота земли Башкирской»

(наименование маршрута)
на 2016 год

Вид маршрута: кольцевой

Протяженность маршрута: 354 км

Продолжительность путешествия (сутки): 2

Число туристских групп: 1

Число туристов в группе: 10

Всего туристов по маршруту: 10

Всего человеко-дней обслуживания: 10

Начало обслуживания на маршруте первой группы: 4.06.2016

Начало обслуживания на маршруте последней группы: 4.06.2016

Конец обслуживания последней группы 5.06.2016

Стоимость путевки: 4550 рублей

Таблица 16

Месяц	Число туристов в месяц	График заезда туристских групп по месяцам	Число групп в месяц
Июнь	10	4.06.2016	1

Информационный листок к путевке туристического путешествия

«Красота земли Башкирской»

1. Событийный тур «Красота земли Башкирской». Двухдневный тур в столицу республики Башкортостан, с посещением культурно-исторических памятников: мечеть «Ляля-Тюльпан», Монумент дружбы, памятник Салавату Юлаеву и т.д., а также посещение событийного мероприятия: республиканский этно-фестиваль «Кукушкин чай». Общий километраж тура – 354 км.

2. Тур проследует через следующие пункты: г.Салават- г.Уфа –г.Салават. Маршрут следования-кольцевой.

1 день г. Уфа – 11:30 Размещение туристической группы в хостеле «Британия». Хостел располагается в центре города, имеет номера разной категории, от 2-х до 8 –х человек в номере. В хостеле имеется холодильник, чайник, просторная кухня со всем необходимым, душевая, санузел, гостевая комната с ТВ и игровой приставкой, а также большая коллекция настольных игр и разной литературы. На этом этапе предлагается обзорная экскурсия по городу, рассчитанная на 3 часа и включающая в себя такие объекты показа: Монумент дружбы, памятник Салавату Юлаеву, Конгресс-холл, Сад им. Салавата Юлаева, Сад им С.Т.Аксакова , Театр Оперы и Балета, Софьюшкина аллея, дом Ш.Худабердина;

2 день г.Уфа – 11:30 посещение событийного мероприятия: республиканский этно –фестиваль «Кукушкин чай» .

Г. Уфа – г. Салават- 2 часа/ переезд группы.

4. За дополнительную плату можно приобрести башкирский мед, сувенирную продукцию.

5. Национальный музей республики Башкортостан является головным музеем, расположенным в городе Уфе. В 35 выставочных залах развернулись археология (эпоха бронзы и камня), история (15-21 века), этнография башкирского и других народов республики (удмуртов, мордвы, мари, украинцев, чувашей и др.). Фонды музея насчитывают 140 тыс. ед. хранения основного фонда, 51 тыс. единиц хранения научно-вспомогательного фонда.

6. Республика Башкортостан, город Уфа , ул. Комсомольская, 28/1, хостел «Британия».

Примерный перечень дополнительной информации

1. Информация о возрастных ограничениях, приеме родителей с детьми, семейных.

2. Специальная информация для туристских путешествий с походом.

3. Прочая информация и рекомендации.

Примечание. Целесообразно отмечать, что "лицам, нуждающимся в лечении и постоянном врачебном наблюдении, путешествовать по туристским маршрутам не рекомендуется.

В поездку желательно взять:

- Форма одежды: удобная одежда, подходящая для долгих пеших прогулок.
- Иметь при себе средства санитарно-гигиенической безопасности.
- Фото- или видео камера, ведь во время тура встретиться очень много потрясающих мест.
- Хорошее настроение и положительный настрой на поездку.

Счастливого пути!

Правила поведения во время проведения экскурсии и в экскурсионном автобусе:

1. Посадка в автобус и высадка из него производится только при полной остановке автобуса после открытия дверей.
2. Для безопасности движения во время следования автобуса по маршруту запрещается хождение по автобусу, нельзя высовывать голову, руки в окна. Нельзя открывать окна без особой необходимости и без разрешения руководителя группы.
3. Чтобы не отвлекать внимание водителя при управлении транспортным средством (автобусом), запрещается громко разговаривать, кричать.
4. Во время экстренного торможения надо упереться ногами и руками во впереди стоящее кресло.
5. В случае аварии необходимо чётко выполнять инструкции водителя, руководителя группы или лиц их заменяющих.
6. Во время остановки автобуса не вставать с мест до особого распоряжения руководителя группы или экскурсовода. Выходить из автобуса надо по очереди, не толкаясь.
7. Во время проведения экскурсии нужно внимательно слушать экскурсовода, не разговаривать, не мешать окружающим.
8. Если вам необходимо отлучиться в туалет или вы почувствовали себя плохо во время проведения экскурсии, нужно обратиться к руководителю группы.
9. Посадка и выход из автобуса производится только на специально отведенных для этого площадках (остановках), указанных на схеме движения.
10. При обнаружении посторонних шумов, стуков, запахов и других не свойственных при движении явлений немедленно сообщить сопровождающему.
11. Не забывать свои вещи в салоне.
12. При обнаружении посторонних, подозрительных предметов незамедлительно сообщить сопровождающему или водителю автобуса.
13. Нельзя перевозить с собой легковоспламеняющиеся, взрывоопасные и пожароопасные предметы и вещества.

14. Ручная кладь туристов располагается в специально отведенном месте (под сиденьем, на верхней полке и др.). Запрещается располагать сумки или иные вещи туристов в проходах. В целях безопасности проход должен быть свободным.

15. Мусор следует складывать в пакеты и выносить на стоянках.

Правила поведения в музее

1. Согласно правилам хорошего тона, посетитель музея, прежде чем отправиться осматривать экспонаты, должен пройти в гардероб, чтобы снять верхнюю одежду.
2. По залам музея следует передвигаться бесшумно. Громко разговаривать недопустимо.
3. Признаком дурного тона считается громкое обсуждение или критические замечания, высказанные в адрес произведений или их авторов.
4. Для того чтобы ознакомиться с каким-либо экспонатом, не нужно вставать перед другим посетителем. Лучше всего дождаться, когда он, закончив осмотр, освободит место.
5. Трогать руками музейные или выставочные экспонаты строго воспрещается.
6. Недопустимо перебивать экскурсовода во время рассказа. Как правило, экскурсовод задает вопросы после каждой значимой части экскурсии.
7. В конце мероприятия необходимо поблагодарить экскурсовода за экскурсию.

Правила поведения в мечети

1. Во время молитвы вход в мечеть запрещен. Во время часов молитвы вход в мечеть запрещен. Но в перерыве между молитвами вы более чем желанный гость. Некоторые люди могут молиться снаружи во время обязательных часов молитвы. Не разглядывайте их, не стойте слишком близко и не проходите перед ними.
2. Снимайте обувь.
3. Прикрывайте обнаженные части тела. Верующие приходят в мечеть полностью одетые, без открытых участков тела. К туристам правила не столь строги, но если вы планируете посетить мечеть, лучше одеваться скромнее. Волосы женщины должны быть прикрыты, а также плечи и колени, как у женщин, так и у мужчин. Если вы все же оказались не подготовлены, некоторые мечети предлагают шарфы и платья бесплатно, но не все, так что берите что-то с собой, чтобы не оказаться в затруднительном положении.
4. В мечети нельзя бегать, смеяться, обмениваться шутками. В мечети нельзя бегать, смеяться, обмениваться шутками. Если есть необходимость что-то сказать, старайтесь делать это как можно тише. И не забудьте отключить мобильные телефоны.
5. Фотографировать и снимать в мечети разрешается. Однако недопустимо снимать процесс омовения за пределами мечети, и верующих во время молитвы в мечети.
6. Вход в мечеть бесплатный, но пожертвования очень приветствуются.
7. В мечеть нужно приходить чистым. В мечеть нужно приходить чистым. Это значит, что одежда должна быть чистой, а человек не должен распространять сильные запахи, будь то запах чеснока или аромат духов. Один из основных принципов мусульманской веры – это чистота.