Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Специальность: 43.02.10 «Туризм»

Квалификация выпускника: специалист по туризму

(углубленная подготовка)

РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА В РАМКАХ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА(НА ПРИМЕРЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА 9
1.1 Основные понятия и история развития событийного туризма…….. 9
1.2 Технология формирования программ событийного туризма …..... 29
2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ 33
2.1 Общая характеристика туристического предприятия «Волхва» 33
3 РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА В РАМКАХ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА …… 38
3.1 Особенности российского событийного туризма 38
3.2 Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций .. 42
3.3Анализ туристского потенциала Новгородской области 43
3.4 Событийный туризм Новгородской области 45
3.5 Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «Волхва» 48
3.6 Разработка событийного маршрута по Новгородской области 48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ……..... 56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……..... 58
ПРИЛОЖЕНИЕ А ……..... 61

ВВЕДЕНИЕ

В данной работе рассмотрена тема «Разработка туристического маршрута в рамках событийного туризма по Новгородской области».

Событийный туризм сравнительно молодое направление, но весьма интересное – это перспективный и активно формирующийся вид туризма, главная цель которого приурочена к тому или иному событию. Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию.

В последние годы событийный туризм является одним из приоритетных направлений развития Новгородской области. Именно событийный туризм больше всего привлекает зарубежных и российских туристов из мегаполисов и не только. В области разрабатывают и предлагают туристам уникальные программы, центром которых становится действие.

Актуальность данной работы состоит в том, что: в настоящее время Новгородская область делает основной акцент на развитии событийного туризма, поэтому разработка туристского маршрута актуальна.

Практическое значение – туристический маршрут, разработанный в процессе выполнения дипломного проекта, должен быть реализован на исследуемом предприятии.

Целью данной работы является создание уникального туристического маршрута по Новгородской области

Задачи:

1 Изучить теоретические аспекты событийного туризма;

2 Изучить характеристику и организационную структуру ООО «Волхва»;

3 Провести анализ деятельности ООО «Волхва» по проектированию туров

4 Предложить пути совершенствования деятельности музея на основе комплекса маркетинга;

5 Разработать программу туристического маршрута.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является – Новгородская область.

Предмет исследования – туристический маршрут

Для эффективного решения поставленных в дипломной работе задач, в качестве теоретической и методологической основы были выбраны следующие общенаучные методы:

- анализ литературы и документов по теме исследования;
- исторический метод;
- изучение и обобщение сведений;
- синтез;
- индукция;
- дедукция;
- классифицирование.

Среди общенаучных методов необходимо отдельно выделить эмпирические методы исследования в дипломной работе:

- наблюдение;
- описание.

Теоретической базой исследования являются многочисленные литературные источники, посвященные изучению туризма, публикации в специализированных СМИ, а также интернет-источники и актуальные аналитические материалы известных авторов в сфере туризма: Алексеевой Н. П., Ильиной Е.А., Биржакова М. Б. Квартальнова В. А., Кускова А. С., Донских С. В., Емельянова Б. В. и др.

Поставленные цели и задачи ВКР предопределили ее структуру. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении обоснована ситуация, поставлены цели и задачи работы. Основная часть выпускной квалификационной работы делится на три раздела. В первом разделе рассмотрены теоретические основы событийного туризма и технология разработки туристического маршрута.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

1.1 История и определение понятия «событийный туризм»

Несколько последних десятилетий всё большую популярность приобретает событийный туризм. Хотя многие туристы и путешественники могут даже не подозревать о его существовании. Туристический рынок демонстрирует рост интереса к событиям и фестивальным мероприятиям. Вызвано это тем, что эмоции, получаемые при посещении события/фестиваля, гораздо глубже и богаче, чем эмоции, возникающие от стандартного пляжного отдыха даже с насыщенной экскурсионной программой.

Событийный туризм – это вид туристской деятельности, привлекающий туристов разно форматными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев общества и формированию положительного имиджа территории. События, которые привлекают туристов, могут так же относиться к сфере бизнеса, образования и т.д., однако чаще всего это именно спортивные и культурные мероприятия.

Основная цель событийного туризма, как указывалось ранее, – удовлетворение потребности от посещения какого-либо конкретного предприятия. Формирование сферы событийного туризма является составляющей общей туристической стратегии региона. Событийные мероприятия могут выступать в качестве катализатора для самой туристической сферы, развития общественных движений и формирования положительного имиджа и инвестиционной привлекательности территории (как страны, так и отдельно взятого региона).

При формировании сферы туризма (в том числе и событийного) следует помнить, что туризм — это экономическая категория, так как он прямым образом связан с продажей услуг, получением от этого доходов, созданием рабочих мест. Более того: туризм представляет собой серьёзную экспортную статью, влияет на социально-экономическое положение регионов, имеет большое значение для таких отраслей, как: связь, транспорт, строительство, производство товаров народного потребления.

Так, функции развитой сферы туризма включают в себя:

– обогащение социально-экономической инфраструктуры и межрегионального сотрудничества;

– увеличение занятости населения и, как следствие, улучшение жизненного уровня населения;

– организация досуга населения, возможность более рационального использования свободного времени;

– помощь человеку в восстановлении сил и трудоспособности;

– повышение культурного, спортивного и образовательного уровня населения;

– распространение культурных ценностей.

Таким образом, можно сказать, что значимость событийного туризма не только в привлечении дополнительного туристского потока, она намного обширнее. Организационная сфера событийного туризма включает в себя несколько блоков: это функции, реализуемые во время события; обеспечение занятости населения во время события и группы участников, организовывающих мероприятие [7].

Данный вид туризма идеально подходит для людей увлеченных, мобильных, но зачастую не располагающих избытком свободного времени. Чаще всего, это возможность для путешественников побывать на фестивалях, карнавалах, концертах и спортивных мероприятиях разных стран, заботясь об организации поездки на минимальном уровне, так как цель приурочена к конкретному событию, а вся необходимая инфраструктура уже создана организаторами.

Событийный туризм включает в себя следующие компоненты: - событие (ивент) как основа, - инфраструктура, - реклама и продвижение, - информационный туристский центр, - достопримечательности, 8 - сопутствующие развлечения и доступность, которые, в свою очередь находятся в постоянном взаимодействии с факторами внешней среды.

Важнейшим мотивирующим фактором является именно ивент (событие), так как он и определяет маркетинговые планы и работу всех остальных компонентов событийного туризма. «Событие», «мероприятие», или «ивент» (с англ. яз. event), имеет очень много значений: как социально - культурное, так и техническое и даже философское. Но в контексте данной работы интересно именно социально-культурное значение термина, впрочем, это значение является и наиболее популярной семантикой слова. В русском языке используется как транслитерированный вариант - ивент, так и аналоговый перевод - событие.

Итак, event (событие, или специальное событие) — это запланированное социально-общественное событие/мероприятие, которое происходит в определенное время и с определенной целью, и имеет определенный резонанс для общества [6].

Событие может быть разовым неповторимым явлением либо же периодически наблюдаемым: ежегодно или в определенные периоды времени (раз в несколько лет). Туристская отрасль активно использует различные событие для формирования предложений для туристов и привлечения потока путешественников именно на событие. Как правило, ключевым моментом при формировании данного предложения является заблаговременное планирование и информирование, так как участники событийных туров могут предъявлять повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и особенно к услугам гидов-переводчиков. Если в жизни туристического объекта нет события, сложившегося исторически как традиции, его придумывают специально.

Следовательно, в данном случае ключевым моментом будет проведение PR-кампании по продвижению туристского продукта, ориентированного на событие, привлечение массы посетителей, не только

желающих посетить местность с целью осмотра достопримечательностей, но и с целью поучаствовать в праздновании вместе с местными жителями.

Особенностью событийного туризма является то, что ежегодно он пополняется новыми мероприятиями и событиями, которые из «разовых» переходят в разряд регулярных. И в этом уникальность этого вида туризма: он неисчерпаем по содержанию.

Сфера событийного туризма растет достаточно быстрыми темпами, привлекая к себе не только общественные и частные инициативы, но и профессионалов, формирующих туристическую стратегию региона на основе событий. События же могут обретать различную форму и содержание. Некоторые из них представляют общественные, корпоративные, массовые или политические мероприятия, иные – создаются ради развлечения, забавы, состязания [2].

Событийный туризм начал своё развитие больше 45 лет назад – в прошлом столетии возникло обозначение, определяющее специальное направление для проведения отпуска. На самом деле, событийный отдых начал своё существование ещё задолго до этого, когда устраивались рыцарские поединки, гладиаторские состязания, национальные мероприятия с массовыми гуляниями – все это относится к событийному отдыху. Более того, даже публичная казнь считается событийным туризмом, поскольку в древние времена такое зрелище собирало массы людей.

Постепенно с годами, с развитием технологического прогресса, понятие о событийном отдыхе существенно изменилось [5]. Туристы направлялись в другие страны и города, чтобы попасть на праздники и национальные мероприятия, расслабиться и отдохнуть в непринужденной обстановке. В России событийный туризм также начал своё существование в далёкие времена - издревле здесь организовывались массовые гуляния, этнические мероприятия, чуть позже начали проводить демонстрации на 1 Мая. На Руси туризм больше считался не зрелищным отдыхом, а носил

политическое или религиозное направление. Целью таких мероприятий было объединить народ, поднять национальный дух.

1.1.1 Зарождение событийного туризма в античное время.

Первые документально зафиксированные сведения о зарождении и развитии событийного туризма относятся к античной эпохе (XII в. до н. э. – V в. н. э.). Они связаны с крупнейшими спортивными соревнованиями Древней Греции – Олимпийскими играми, которые проводились свыше тысячи лет, – с 776 г. до н. э. по 396 г. н. э. Местом проведения игр являлась Олимпия – поселение, посвященное главному богу древнегреческого пантеона Зевсу. Раз в четыре года на пятидневный праздник съезжались греки со всех уголков античного мира.

Со временем игры стали настолько популярным событием, что стали привлекать зрителей из Македонии, Эпира, Карии и даже из Рима и Италии. При этом Олимпийские игры не были единственными спортивными соревнованиями античного мира. Широкую известность также имели Пифийские или Немейские (в честь бога Аполлона), Истмийские (в честь бога Посейдона), Делийские (на острове Делос) и Капитолийские (в Древнем Риме) игры. Существовало большое число местных спортивных соревнований: Панафинейские (в честь богини Афины), Аттические игры и т. п. Места проведения игр становились центром культурной жизни. Здесь можно было увидеть известных всему античному миру политиков, поэтов, скульпторов и философов, поэтому зачастую помимо спортивных состязаний зрители могли наблюдать за конкурсами певцов- рапсодов в исполнении гомеровских гимнов. Так как, большинство игр проводилось один раз в четыре года.

Это повышало их значение, позволяло желающим накопить достаточно средств для дальних путешествий, давало возможность путешественникам добраться до священных мест и крупных городов, где обычно проходили игры [11]. Меньший размах имели культурные события античного мира. Самыми известными среди них были Великие или

Городские Дионисии, которые праздновались с VII в. до н. э. в Афинах в конце марта – начале апреля в честь бога Диониса. Соревнования длились три дня.

В рамках праздника показывали только новые театральные постановки, ради которых состоятельные греки стремились попасть в Афины на время проведения Великих Дионисий. Ведь только здесь можно было первым познакомиться с лучшими театральными постановками античного мира и с головой окунуться в незабываемую атмосферу священного театрального конкурса. В отличие от Древней Греции, Древний Рим не разработал новых форм «событийного туризма». Популярные у римлян гладиаторские бои не являлись мотивом для длительных путешествий. Гладиаторские школы работали во многих крупных городах империи. Иногда наиболее известные гладиаторы сами отправлялись в своеобразные «турне».

Поэтому любители кровавых зрелищ не испытывали потребности в совершении специальных путешествий. Таким образом, можно утверждать, что именно в античное время произошло зарождение и становление событийного туризма.

1.1.2 Развитие событийного туризма в Средние века.

Средние века (V–XV вв.), напротив, были не лучшим временем для путешествий, близких по своей мотивации современному событийному туризму. На это повлияло сразу несколько факторов.

Во-первых, кризис транспортной инфраструктуры, который выразился в разрушении римских дорог и мостов.

Во-вторых, политическая нестабильность. С одной стороны – это были частые варварские нашествия. С другой стороны, это было время феодальной раздробленности и связанных с нею постоянных междоусобных войн.

Несмотря на это, в средние века появились новые виды событийного туризма. Одним из них стал «политический туризм», приуроченный к знаменательным династическим событиям, которые в то время всегда имели политическое значение. Это были коронации монархов, свадьбы

представителей королевских и аристократических домов, принесение вассальной присяги королю со стороны наиболее могущественных герцогов и графов.

На подобные события съезжалась вся знать, окруженная своими знатными вассалами, слугами и военными дружинами. За ними неизбежно следовали торговцы со своими товарами и артисты. С «политическим» событийным туризмом средних веков были неразрывно связаны рыцарские турниры – военные состязания знати [4]. Они проводились с середины XI до середины XVI в. Постоянных турниров – с четко установленным местом и временем проведения – в средние века не существовало.

Они устраивались королями и наиболее знатными феодалами по случаю заключения мира, свадьбы или иного знаменательного и радостного события. На них съезжалась вся знать королевства, и стекались толпы простонародья. Для одних это был настоящий ритуал и стиль жизни, для других – возможность поглазеть на средневековую элиту и хоть немного соприкоснуться с ее жизнью.

Второй формой средневековых путешествий, предвосхитившей современный событийный туризм, стали ярмарки. Средневековое хозяйство было преимущественно натуральным. Лишь два раза в год появлялись возможность и необходимость для товарно-денежного обмена.

Осенью продавались излишки сельскохозяйственного производства и делались необходимые для крестьянского хозяйства закупки. Весной, при необходимости и возможности, покупались семена и орудия труда. Подобные ярмарки появились в Западной Европе в XI–XII вв. и большинстве своем имели локальный характер.

Средние века также внесли элементы событийного туризма в широко распространенную практику паломничества. Это было связано с созывом церковных соборов – официальных собраний епископов и других представителей христианской церкви с целью выработки вероучительных и богослужебных положений, дисциплинарных норм и мер борьбы с ересями.

Не многие могли себе позволить продолжительное время жить вдали от дома [6]. Но на соборы съезжались почти вся церковная иерархия и многие представители знати.

Таким образом, средние века сделали ряд важных шагов в развитии событийного туризма. Они организовали первые деловые форумы – ярмарки в Шампани, превратили присутствие на событиях из жизни королевских и аристократических семей в знаковый повод для путешествия множества людей.

1.1.3 Расцвет событийного туризма в Эпоху Возрождения.

На смену средневековью пришла эпоха Возрождения (Ренессанса) - крайне важное время для истории мировой и особенно европейской культуры. Большую популярность приобрели карнавалы, зародившиеся в средневековье и бывшие популярными в романских странах (Италия, Франция, Испания, Португалия), где они вобрали в себя и адаптировали к вероучению католической церкви некоторые народные языческие обычаи античной эпохи [7].

Тогда они были локальными, городскими праздниками и гуляниями, которые не привлекали к себе внимание путешественников. В эпоху Возрождения ситуация стала меняться. В богатых городах Северной и Центральной Италии карнавалы стали превращаться в специально организованные роскошные праздники. Особенно славились карнавалы в Венеции и Риме. В рамках карнавалов проходили массовые народные гуляния, праздничные костюмированные шествия, театрализованные представления, балы и разнообразные развлечения.

В это время допускались практически любые увеселения, которые в обычной жизни осуждались церковью и общественной моралью. Их расцвет пришелся на XVI–XVII вв. Лишь Венецианский карнавал пережил это время и сохранил свое значение и популярность до середины XIX в., чтобы пережить свое возрождение уже во второй половине XX в. из Италии

традиция организации карнавалов проникла в католические земли Германии (Кельн, Дюссельдорф) и Швейцарии [6].

Но здешние карнавалы только с конца XX в. Стали фактором развития событийного туризма. Причем от ренессансных средиземноморских карнавалов их отличали большая традиционность и преобладание политически заостренной сатиры на местные власти. В эпоху Великих географических открытий карнавалы пересекли Атлантический океан и появились в Америке. Со временем они пережили здесь второе рождение.

Примечательно, что ренессансные карнавалы были первыми «событиями», в которых теоретически могли принимать непосредственное участие все желающие. Хотя на практике среди путешественников преобладали обеспеченные и знатные люди.

1.1.4 Новые формы событийного туризма в Новое время.

Новое время является временем, когда произошли становление и бурное развитие современного туризма. Новым шагом в развитии событийного туризма стало появление конгресс-туров или конференц-туров. Они зародились в XVII в. как съезды профессионалов в той или иной сфере.

У истоков этого нового для туризма явления стояли дипломатические конгрессы, так как Европа в XVII–XVIII вв. сотрясалась постоянными войнами. Начало европейской традиции дипломатических конгрессов положили переговоры в Кельне в 1636г. Между представителями держав, воюющих в Тридцатилетней (1618–1648 гг.).

Они закончились безрезультатно, но создали прецедент, получивший высокую оценку со стороны политиков. Следующий подобный конгресс собрался в 40-х годах XVII в. в городах Оснабрюке (для протестантских дипломатов) и Мюнстере (для католических дипломатов). В последующем широкую известность получили Карловицкий конгресс (1698–1699 гг.) и Утрехтский конгресс (1712–1713 гг.) [11]. Дипломатические конгрессы приобрели большой вес и большую известность. Они шли месяцами, а то годами.

Послы прибывали на них с пышной свитой, чтобы подчеркнуть значение и богатство своих государств. Наибольшую известность в истории получил Венский конгресс (1814–1815 гг.), который закрепил новый европейский порядок, сложившийся после наполеоновских войн. В ходе этого конгресса вся европейская аристократия съехалась в Вену. Огромное количество увеселений заслонили собой закулисную дипломатическую работу. Из-за обилия балов современники прозвали этот конгресс «танцующим». Жители Вены, страдавшие от страшной дороговизны всех товаров и услуг во время конгресса, даже придумали обидную для своего монарха поговорку: «Российский император за всех танцует, прусский король за всех кушает, а австрийский император за всех платит».

После Венского конгресса подобные дипломатические съезды утрачивают свой размах и становятся скорее съездами профессионалов: дипломатов, шпионов и журналистов. Однако их значение по сей день очень велико. Достаточно вспомнить о современных «Саммитах Большой восьмерки» или «Саммитах Большой двадцатки» – периодических съездах глав ведущих стран мира с целью обсуждения наиболее важных для мировой цивилизации проблем [13].

За дипломатическим блеском современники не сразу заметили появление более значимого для событийного туризма явления – профессиональных конгрессов. Первый подобного рода съезд – Международный конгресс врачей – прошел в 1681 г. в Риме. Впоследствии к нему добавились конгрессы и конференции ученых, юристов, бизнесменов и менеджеров. Представители этих профессий по сей день удерживают пальму первенства в плане интереса к участию в профессиональных конгрессах. Например, с 1858 г.

По инициативе экономиста и реформатора В.А. Леттестали проводиться ежегодные «Конгрессы немецких экономистов». С формальной точки зрения конгресс-туры нельзя назвать туризмом в чистом виде. Для участников подобных мероприятий они в первую очередь связаны с работой

– обменом опытом, повышением своего профессионального уровня, установлением новых профессиональных контактов. Однако конгресс-туры всегда сопровождаются культурно программой и повышают статус участника в своей профессиональной среде, что сближает данный вид деятельности с туризмом как таковым.

1.1.5 Событийный туризм во время становления массового туризма в XIX в.

XIX в. во многом стал переломным в истории человечества. Ученые часто называют его «длинным девятнадцатым веком» (1789–1914 гг.), начало которому положили две революции: промышленная в Англии и политическая во Франции. XIX в. был во многом связан с индустриализацией и научно-техническим прогрессом. Результатом этих новых тенденций явился целый ряд факторов, оказавших благоприятное воздействие на развитие туризма: урбанизация, рост материального благосостояния и уровня образования населения развитых стран мира, стремительное развитие транспортной промышленности [8].

К середине XIX в. паровозы и пароходы во много раз увеличили скорость и объем перевозок. К началу XX в. автомобили и аэропланы могли доставлять человека почти в любую точку земного шара. Все это создавало благоприятные условия для развития массового туризма. Люди в XIX в. были невероятно горды и увлечены невиданными ранее успехами науки, техники и индустрии. На этой волне «технократического энтузиазма» появилось принципиально новое социально-культурное явление – Всемирные промышленные выставки.

Первоначально на них должны были экспонироваться промышленные товары, современные машины и оборудование. Но вскоре к ним добавились продукты сельского хозяйства и произведения искусства. Образно говоря, это было своеобразное соревнование между нациями, предприятиями и учеными за право считаться пионерами в той или иной области производства или науки. Для обывателей это была возможность лично познакомиться с

могучей поступью прогресса и увидеть весь цивилизованный мир в миниатюре.

Первая подобная выставка проходила в Лондоне с 1 мая по 15 октября 1851 г [10]. Она получила название «Великая выставка промышленных работ всех народов». Через два года последовал американский ответ на английский вызов – Всемирная промышленная выставка в Нью-Йорке. Она проходила с 14 июля 1853 г. по 14 ноября 1854 г. Количество посетителей составило 1,1 млн человек, что значительно уступало Лондону, но было настоящим рекордом для Нового света. Эстафету организации всемирных выставок вскоре подхватила Франция. С 15 мая по 15 ноября 1855 г. в Париже прошла «Всемирная выставка промышленности, сельского хозяйства и изящных искусств». За время работы эту выставку посетило более 5 млн человек.

Всего в XIX в. состоялось 19 всемирных промышленных выставок. Практически все они имели успех у публики. Из этих выставок 12 прошли в Европе, 5 – в США и 2 – в Австралии. Наибольшую известность среди них получили «юбилейные» выставки в Филадельфии и Париже.

В первой половине XX в. всемирные промышленные выставки стали терять популярность. Отчасти был утрачен фактор новизны – перманентный научно-технический прогресс начал восприниматься как нечто само по себе разумеющееся. Отчасти на это повлияли Первая мировая война (1914–1918 гг.) и первый глобальный финансово- экономический кризис «Великая депрессия» (1929–1939 гг.). Они привели к падению уровня жизни населения и развенчали надежды людей на наступление техногенного «земного рая», символом которого во многом являлись полные индустриальных чудес павильоны всемирных выставок.

Вслед за профессиональными конгрессами, появившимися в новое время, в середине XIX в. стали появляться общественные объединения по интересам. Многие из них стали проводить свои общественные мероприятия, получившие большую известность и размах. В Германии этот процесс начался в 60-х годах XIX в. В 1860 г. состоялся Всегерманский певческий

праздник в Нюрнберге; в 1862 г. во Франкфурте прошли Всегерманскиесостязания стрелков; в 1863 г. – Всегерманский слет гимнастических обществ в Лейпциге [17]. Немецкий опыт был быстро подхвачен в странах Центральной Европы и Скандинавии.

Необходимо признать, что настоящий массовый событийный туризм начинается именно во второй половине XIX в. в связи с организацией и проведением Всемирных промышленных выставок и съездов (состязаний, конкурсов) общественных объединений.

1.1.6 Развитие событийного туризма в XX в.

Несмотря на две мировые войны, «Великую депрессию» и массовые увлечения тоталитарными идеологиями, XX в. со второй половины стал веком расцвета массового туризма. Событийный туризм по праву стал одним из наиболее заметных видов современного туризма. Первым важным шагом в развитии современного событийного туризма стало возрождение олимпийского движения, когда в апреле 1896 г в Афинах прошли первые игры после пятнадцати векового перерыва [15].

Следующие Олимпийские игры прошли в 1900 г. В Париже и в 1904 г. в Сент-Луисе (США). В то время они были приурочены к проходившим там Всемирным промышленным выставкам. Таким образом, Олимпийские игры стали проводится регулярно с периодичностью раз в четыре года. Хотя в этом графике были пробелы в связи с мировыми войнами. Популярность в XX в. спорта в целом и олимпийского движения в частности привело к появлению огромного числа спортивных соревнований, которые и по сей день пользуются популярностью среди болельщиков и туристов:

– Олимпийские игры, в том числе летние и зимние, региональные «олимпийские» игры, такие как: Панамериканские (с 1951 г.), Азиатские (с 1951 г.), Всеафриканские (с 1965 г.), а также параолимпийские игры и универсиады для молодых спортсменов.

– Чемпионаты мира по группам видов спорта (гимнастике, легкой атлетике, тяжелой атлетике, плаванию и др.) или отдельным видам спорта,

чаще всего игровым (футболу, хоккею, волейболу, баскетболу и др.), а также региональные чемпионаты по группам видов спорта или отдельным видам спорта. Например, Чемпионат Европы по легкой атлетике.

– Профессиональные спортивные лиги, такие как Лига чемпионов УЕФА (футбол), Кубок Стэнли НХЛ или Кубок Гагарина КХЛ (хоккей), Гран-при Формулы-1,серия теннисных турниров «Большого шлема» и т. п.

– Помимо спортивных соревнований, в XX в. большую популярность приобрели фестивали–смотр достижений изобразительного, кинематографического, музыкального, театрального и других видов искусства. В некоторым смысле фестивали можно считать эволюционной формой съездов объединений по интересам, которые появились в XIX в.

Претерпели ряд изменений и промышленные выставки, теперь специализированными, например, авиасалоны (Ле Бурже, МАКС) или автомобильные выставки [14]. Также особое место среди событий и мероприятий в XX в. приобрели торжественные мероприятия, связанные с главными государственными (национальными) праздниками ведущих стран мира. Первое подобное событие произошло 14 июля 1790 г. на Марсовом поле в Париже.

В настоящее время к самым известным мероприятиям такого рода относятся ежегодные празднования Дня Независимости США (4 июля) и Дня взятии Бастилии во Франции (14 июля, официальное название – Национальный праздник). Аналогичные государственные праздники существуют во многих странах мира, но не всегда имеют подлинно национальный размах и характер.

В целом вторая половина XX в. стала временем расцвета событийного туризма, который отличался как стремительно растущими объемами рынка, так и разнообразием своих видов.

1.1.7 Событийный туризм в начале XXI в.

В XXI в. в отличие от предыдущих исторических эпох созданы максимально полные условия не только для организации различных по

масштабу, продолжительности и тематике мероприятий, но и для привлечения все больших туристических потоков.

Однако несмотря на свою огромную популярность во всем мире, событийный туризм в начале нового века стоит перед серьезными вызовами. Главный из них заключается в наметившемся разрыве интересов организаторов и участников событий с интересами местных жителей.

В связи с этим появился ряд вопросов по организации событийного туризма, которые необходимо решить, чтобы обеспечивать не только сохранение интереса туристов к мероприятиям, но и обеспечивать постоянный прирост потока, а именно: пробудить интерес местного сообщества и организовать с ним эффективное взаимодействие; экологическую безопасность региона; сделать всю организационную работу максимально прозрачной для населения, особенно в плане финансовой составляющей будущего события [4].

На сегодняшний день событийный туризм также остаётся на пике популярности. Основные его направления – доступность и насыщенность.

Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события:

- событие международного уровня;
- событие национального уровня;
- событие областного уровня;
- локальное событие

Событийный туризм также можно классифицировать по тематике:

- события, носящие развлекательный характер (карнавалы, фестивали);
- спортивные события (чемпионаты);
- тематические события (кинофестивали, концерты);
- события выставки (выставки часов или автомобилей);
- религиозные события;
- международные аукционы;
- культурно-познавательные события.

Классификация по частоте проведения события:

- один раз в год;
- более одного раз в год;
- один раз в несколько лет.
- один раз в несколько лет.

1.1.8 Туристские маршруты в событийном туризме.

При разработке событийных маршрутов придерживаются следующих этапов:

1 Исследование туристских ресурсов по предполагаемой трассе маршрута;

2 Выявление ограничений по потреблению туристских ресурсов;

3 Маркетинг рынка на туристские услуги по данной трассе маршрута;

4 Построение эскизной модели маршрута;

5 Построение трассы маршрута;

6 Составление календарного плана путешествия, графика движения группы;

7 Привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения;

8 Разработка схемы безопасности на маршруте;

9 Разработка паспорта маршрута;

10 Согласование паспорта с соответствующими службами;

11 Пробный поход по маршруту;

12 Внесение изменений в схему маршрута;

13 Рассмотрение и утверждение маршрута.

Туристский маршрут- путь перемещения туристов, определяющий последовательное посещение исторических и природных памятников, а также других мест, например, мест остановок на привал.

Маршрут может разрабатываться туристической компанией или самостоятельно туристами. В случае прохождения по маршруту организованному турфирмой, участники обеспечиваются услугами

проводника, экскурсионными, а также иными услугами, например, транспортными.

Гуляев В.Г. дает следующее определение: «Маршрут - это заранее спланированная трасса передвижения туриста в течение определенного времени с целью предоставления ему предусмотренных программой услуг» Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учебное пособие - М.: Нолидж - 2006.

Классификация туристских маршрутов.

Туристские маршруты классифицируются по различным признакам.

По типам маршруты бывают:

1 тематические - с преобладаем экскурсионного обслуживания и познавательной направленности;

2 походные - маршруты с активными способами передвижения;

3 физкультурно-оздоровительные - с преобладанием в программе спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятий;

4 комбинированные - маршруты, сочетающие элементы всех перечисленных маршрутов.

По сезонности действия маршруты подразделяются на:

1 круглогодичные (внесезонные);

2 сезонные - функционирующие в определенный сезон (лыжные, водные, горные и т. д.)

По строению трассы маршруты в отношении географической привязки тура к местности подразделяются на:

1 линейные -маршрут, путь следования, начало и окончание которого происходит в разных географических пунктах пребывания. Вместе с этим это наиболее распространенная разновидность туристского маршрута. Турист пребывает в дестинации в течение 7-10 дней и более, совершая однодневные экскурсии из места своего пребывания. После отдыха турист возвращается на место постоянного проживания. Такой маршрут удобен для

туристов, которые не любят каждый день собирать и раскладывать свои чемоданы и рюкзаки, часто перемещаться с одного места на другое.

2 кольцевые (кроссинг-туры) - с совпадением точек начала и конца маршрута и посещением нескольких пунктов на маршруте. Другим вариантом может быть кольцевой маршрут по посещаемой местности или стране, причем место прибытия в страну или местность (условно аэропорт, станция железной дороги) может быть: а) неизменным, т.е. путешествие по стране началось и завершилось в одном и том же пункте, б) отличным от места прибытия в местность или страну.

Пример: «Золотое кольцо России» (Москва- Сергиев Посад- Ростов Великий- Ярославль - Кострома- Иваново - Суздаль- Владимир- Москва)

3 радиальные - (стационарные) с посещением одного пункта на маршруте. Возможен вариант радиальных перемещений из выбранного туристского центра или места размещения с экскурсионными целями, предусматривающими ночевки в посещаемых населенных пунктах и объектах с возвращением обратно. При этом на период поездок или экскурсий места в первоначальном туристском центре остаются за туристами.

Пример: туристы из Москвы приехали в Махачкалу и после трехдневного пребывания в столице Дагестана, оставив за собой места в гостинице, совершили двухдневные выезды в Табасаранский район и город Дербент.

4 комбинированные - путь следования, который содержит все элементы линейного, кольцевого и радиального маршрутов в той или иной комбинации [5].

Например: можно совершить тур «Золотое кольцо России» с посещением не входящих в туристский маршрут старинных городов России - Смоленска, Твери, Нижнего Новгорода и т.д.

Могут быть и другие варианты организации туров. Все в целом определяет порядок бронирования перевозки туристов по маршруту тура.

В научной литературе существует несколько мнений касательно классификации маршрутов по продолжительности. Один из вариантов таков.

По продолжительности маршруты классифицируются на:

1 многодневные (14-30 дней);

2 на несколько дней (1-3 дня) - маршруты выходного дня;

3 на несколько часов (экскурсии).

Однако в ходе проведенного анализа был сделан вывод о том, что диапазон дней в многодневных маршрутах и в маршрутах на насколько дней мог бы быть другим. Например, многодневные -10-20 дней, маршруты на несколько дней - 2-5 дней.

По виду транспорта на маршруте существуют следующие различия:

1 собственный транспорт туристской фирмы;

2 арендованный (зафрахтованный) транспорт у других организаций;

3 личный транспорт туристов.

В зависимости от видов передвижения выделяются:

1 пешеходные туристские маршруты или прогулки. Обычно протяженность маршрута составляет от 2 - 6 или даже до 20-50км;

2 маршруты с передвижением на животных (лошадях, собаках, оленях). Весьма популярен конный туристский маршрут. Участники могут посетить труднодоступные для технических средств передвижения природные достопримечательности;

3 железнодорожные туристские маршруты, в которых туристы знакомятся с различными местностями и районами в процессе поездки, при этом они проживают в купе комфортабельных вагонов, питаются в передвижных ресторанах. Основные этапы передвижения предусмотрены по ночам, а днем туристы посещают в туристских центрах местные достопримечательности, объекты, предусмотренные программой.

4 Водные туристские маршруты. Самый распространенный - на лодках, любых видов яхтах или иных маломерных водных судах и плавсредствах по системе озер или рек.

5 Воздушные перевозки. Наибольшую долю занимают воздушные перевозки на большие расстояния, в том числе и межконтинентальные через океаны. Именно с созданием крупных высокоскоростных и безопасных воздушных лайнеров для пассажирских перевозок резко интенсифицировались туристские потоки между континентами. Для туристских перевозок используются как рейсовые маршруты, так и чартерные линии. Высока роль и местной авиации, многие маршруты в пределах стран с большой протяженностью территорий предусматривают перемещение именно на самолетах.

6 Комбинированные перевозки. Многие туристские поездки предусматривают использование в туре нескольких различных видов транспорта. Основная перевозка на дальнее расстояние, если только таковая не является особым туром, чаще всего осуществляется воздушным транспортом. Туристы стремятся минимизировать время переезда на далекое расстояние к месту отдыха, и самолет является наиболее оперативным средством передвижения. Этап перевозки является вспомогательным элементом тура [6].

К активным причисляют различные приключенческие туры, приключенческие путешествия, посещения экзотических мест, вулканов, островов, водопадов и др. Обычно это нестандартный тур в экзотические и экологически чистые природные резервации, связанный с необычными путешествиями, нетрадиционными транспортными средствами.

В отдельных случаях такой тур связан с риском и серьезными физическими нагрузками. Требуют смелости и умений, например, сплав по бурной реке на надувных лодках, путешествие на Кольском полуострове зимой на собачьих упряжках. Популярен отдых на горнолыжных курортах.

Участие предусматривает определенную физическую подготовку и мастерство участников.

Однако хорошо подготовленные маршруты и наличие комфортных условий сводят риск к минимуму за счет обеспечения туристов профессиональными проводниками, промежуточными лагерями и надежным туристским снаряжением [1].

В зависимости от главной цели путешествия можно выделить следующие туры:

1 тур в целях охоты, рыбной ловли, поездки на природу в заповедники для наблюдения за животными, фотоохота. В программу тура входит: посещение достопримечательностей местной природы, обучение преодолению препятствий, устройству лагерной жизни, изучение техники выживания в экстремальных условиях. Организуется колонна машин, в которой, кроме джипов с туристами и проводниками, следует транспортное сопровождение с палатками, продовольствием, топливом, питанием и др.;

2 тур - посещение военных объектов и полигонов, лагерей для заключенных, концлагерей и тюрем;

3 туры на места знаменитых катастроф, трагедий;

4 туры с целью кладоискательства.

1.2 Технология формирования программ событийного туризма

К числу событийных мероприятий в России следует отнести крупные международные спортивные мероприятия – Зимнюю Олимпиаду и Паралимпиаду в Сочи, Кубок Кремля по теннису, хоккейные и футбольные матчи, соревнования фигуристов; культурные события – Московский международный кинофестиваль, Музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского, этнические праздники народов России, недели культуры и 18 искусства разных стран; религиозные – русская Масленица, международный

авиакосмический салон в г. Жуковском, Экономический форум в г. Санкт-Петербурге.

В настоящее время лидером по проведению ярких и конкурентоспособных событийных мероприятий в стране являются Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи и Екатеринбург. Вместе с тем важность развития событийного туризма во всех регионах подчеркивается федеральной целевой программой (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы», Постановлением Правительства РФ от 18.12.2014 г. по внесению изменений в ФЦП, согласно которым она была обновлена, Распоряжением Правительства РФ от 11.11.2014 г. «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»12 и множеством проведенных по этой проблематике конференций.

Прогнозируемость событийного туризма означает, что сроки проведения мероприятий и примерная численность участников и гостей известны заранее, что позволяет учесть необходимое количество ресурсов и тщательнее выполнить подготовку. Благодаря зрелищности и интерактивности событийных мероприятий данное направление туризма способно привлекать в регион большое число туристов [20].

Для большего экономического эффекта события планируются в течение календарного года. Организация событийного туризма в регионе может быть инициирована не только местными органами власти (например, празднование дня города), но и частными лицами (например, проведение музыкальных фестивалей), а также общественными организациями (проведение спортивных соревнований, музыкальных конкурсов и т. д.). Для создания событийных туров организаторы используют различные ресурсы: кадровые, инфраструктурные, культурные, природные, информационные и организационно-управленческие.

При этом инфраструктурные ресурсы включают в себя как собственно туристскую инфраструктуру, подразумевающую наличие средств

размещения, питания и транспорта, так и специализированную, предназначенную для организации событийного туризма. Поэтому для комфортного пребывания туристов необходимы специальные площадки, оборудованные современными техническими средствами (стадионы, концертные площадки, деловые центры).

Кроме того, организации событийного туризма способствует наличие сопутствующей инфраструктуры, включающей систему связи, торговли, банков, страхования, сферы развлечений, учреждений культуры и т. д. Потребителями услуг событийного туризма выступают туристы, специально приехавшие в регион для посещения того или иного мероприятия. Кроме того, посетить событие могут и туристы, целью которых изначально не было посещение мероприятия, но сроки их пребывания на территории региона совпали со временем его проведения. В связи с этим большое значение приобретает работа местных органов власти по информированию туристов о месте и времени проведения различных мероприятий в регионе.

Одним их эффективных инструментов информационной поддержки событийного туризма в регионе выступает наличие событийного календаря. Также важным сегментом потребления услуг событийного туризма являются местные жители. Для них участие в мероприятии является формой проведений досуга. Кроме того, местные жители могут быть задействованы при организации различных народных гуляний, праздников и карнавалов. В связи с этим очень важно заручиться одобрением населения проведения мероприятия [9].

Также важным сегментом потребления услуг событийного туризма являются местные жители. Для них участие в мероприятии является формой проведений досуга. Кроме того, местные жители могут быть задействованы при организации различных народных гуляний, праздников и карнавалов. В связи с этим очень важно заручиться одобрением населения проведения мероприятия. Стоит также выделить определенные особенности, которые необходимо учитывать при организации событийного туризма. Структурно-

функциональная модель организации событийных мероприятий состоит из 5 блоков:

1 Блок целеполагания: перед началом организации мероприятия нужно определить целевую аудиторию, место проведения и определиться с организациями, которые будут участвовать в мероприятие в качестве организаторов и спонсоров.

2 Содержательно-технологический блок: на этом этапе активизируется работа маркетинг и менеджмент команд, и определяются средства массовой коммуникации, которые будут эффективны для реализуемого мероприятия. 3. Организационный блок: определяется вид мероприятия, которое будет отвечать требованиям 2 блока, элементы технологического процесса создания событийного мероприятия, а также разрабатывается технология организации события

3 Критериально-оценочный блок: определение количественных и качественных показателей мероприятия и влияние на социально-экономическое развитие региона.

4 Результативный блок: подведение результатов мероприятия, на основании анализа критериально-оценочного блока. [18]

2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (на примере ООО «ВОЛХВА»)

2.1 Общая характеристика туристического предприятия «Волхва

Туроператор по внутреннему туризму ООО "Волхва" компания с 2007 года, успешно занимающаяся продвижением и развитием туризма Великого Новгорода и Новгородской области, как на внутреннем, так и на международном рынке.

Реестровый номер в Едином Федеральном Реестре Туроператоров: ВНТ 018077

Адрес компании: Великий Новгород, Воскресенский бульвар, 3 офис 106.

Штат сотрудников - 5 человек.

Генеральный директор: Шалойко Е.Н.

В компании есть должности менеджеров по отправке и приёму школьных групп, что указывает на то, что приоритетным направлением работы компании является работа именно со школьными группами.

Компания заключила партнёрские отношения с 18 организациями из Москвы, Санкт-Петербурга и Торжка, занимающимися деятельностью в области туризма.

Компания действует в рамках Договора №202/18-49 страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору реализации туристического продукта, заключенного с ПАО “Страховая компания «Гайде”, адрес страховщика г. Санкт-Петербург, Херсонская, д.39,литер А, пом. 7-04

ООО «Волхова» зарекомендовала себя как надежный партнер, активно использующий опыт гостеприимства, накопленный веками в симбиозе с древнейшими памятниками архитектуры и современными стандартами

обслуживания. Это позволяет сформировать интересные программы для любых категорий туристов.

Наша первоочередная задача: - оправдать ожидания гостей от поездки!

Наш девиз: "каждый клиент - как единственный!"

Наша цель: показать богатый историей Новгород с неординарной стороны!

Ассортимент туров ежегодно обновляется и пополняется новыми маршрутами.

Мы предлагаем весь спектр услуг по приему групповых и индивидуальных туристов в Великом Новгороде, Валдае, Старой Руссе, Пскове, Пушкинских горах, Тихвине, Ладоге. Комбинированные программы формата Экскурсии + Отдых в Старой Руссе и на Валдае.

- Программы для школьных и студенческих групп.
- Сборные праздничные событийные программы - группа формируется в В. Новгороде - гарантированный прием от одного человека по групповым ценам.
- Еженедельные туры выходного дня осень-зима для индивидуальных клиентов, отельная база В. Новгорода и области от эконома до 4*.
- Корпоративные программы любой сложности.
- Организация конференций.
- Интерактивные фольклорные программы, мастер классы по народным промыслам,
- Тимбилдинг.
- Транспортные услуги.

Каждая программа — это не просто стандартный тур, это оригинальное представление Новгорода и Новгородской области, ориентированное на конкретного потребителя.

Основным направлением деятельности компании является событийный туризм. В 2019 году компания предлагала программу обслуживания туристов

на 24 мероприятиях событийного туризма. В основном это короткие туры продолжительностью 2- 3 дня с одним или двумя ночлегами [12].

На диаграмме 1 представлено соотношение количества туров, предлагаемых ООО «Волхва» по продолжительности.

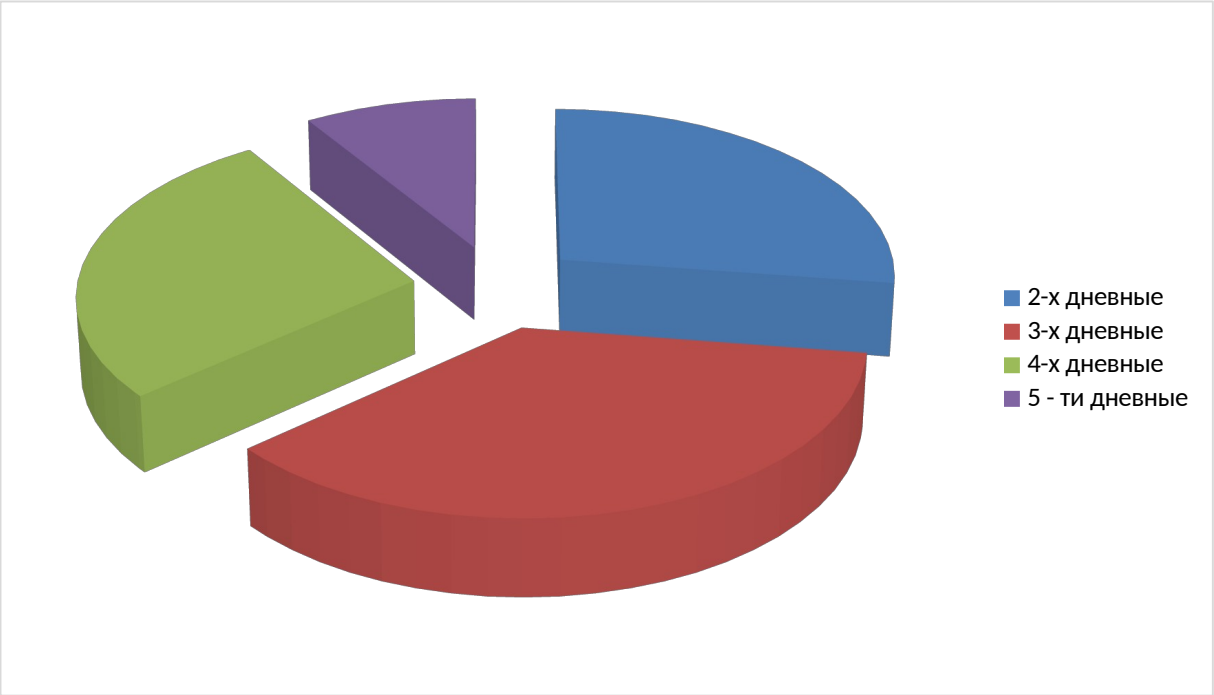


Рисунок 1 - Диаграмма соотношение туров ООО «Волхва» по продолжительности.

Как видно из диаграммы, наибольшее количество туров - 3 дня и две ночи.

Наибольшее количество туров, естественно приходится на высокий сезон. Однако политика организации направлена на то, чтобы за счёт использования туров событийного туризма, расширить период активной работы фирмы. В частности, из 24 мероприятий событийного туризма, туры с использованием которых предлагает турфирма 11 приходятся на низкий сезон. Таким образом фирма может задействовать зимний период и период ранней весны и глубокой осени для планирования туров несколько меньшей

интенсивности. Особенно это важно при работе со школьными группами в период осенних, зимних и летних каникул.

На диаграмме 2 можно увидеть, как распределяются туры, связанные с событийным туризмом, и не связанные с ним в политике ООО «Волхва»

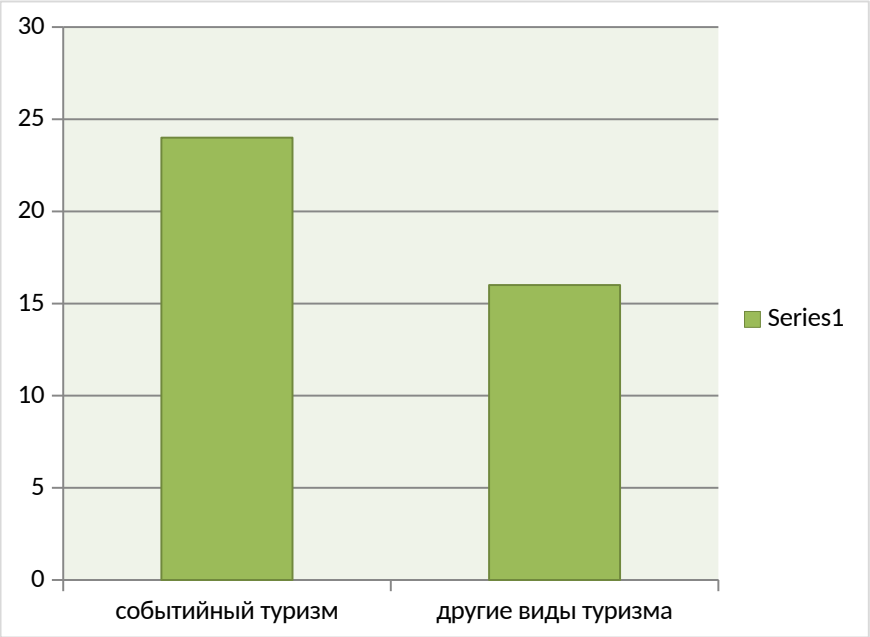


Рисунок 2 - Диаграмма соотношение событийного туризма к другим видам

Как мы видим на долю событийного туризма приходится 54.2% всех туров ООО «Волхва». Однако, не следует делать вывод, что основным составляющим в доходах фирмы является именно событийный туризм. Поскольку политика фирмы направлена на развитие коротких по продолжительности туров, то это означает, что за определённый период времени можно провести достаточно много одинаковых туров.

Например, тур под названием «К Чудотворной Иконе Иверской» в Великом Новгороде и Валдае в высокий сезон используется 18 раз. Таким образом количество туров в высокий сезон достигает 154. Из диаграммы 3 можно увидеть соотношение количества проведённых туров событийного туризма и туров, не относящихся к событийному туризму. Здесь мы видим

совершенно другую картину: всего лишь 15.58% количества туров приходится на событийный туризм.

Это объяснимо: одно событие подразумевает только один тур, а тур, не привязанный к событию, а, например, культурно – познавательный туризм, использует аттрактивные объекты и может быть проведено достаточно много туров, которые регулируются только спросом на них.

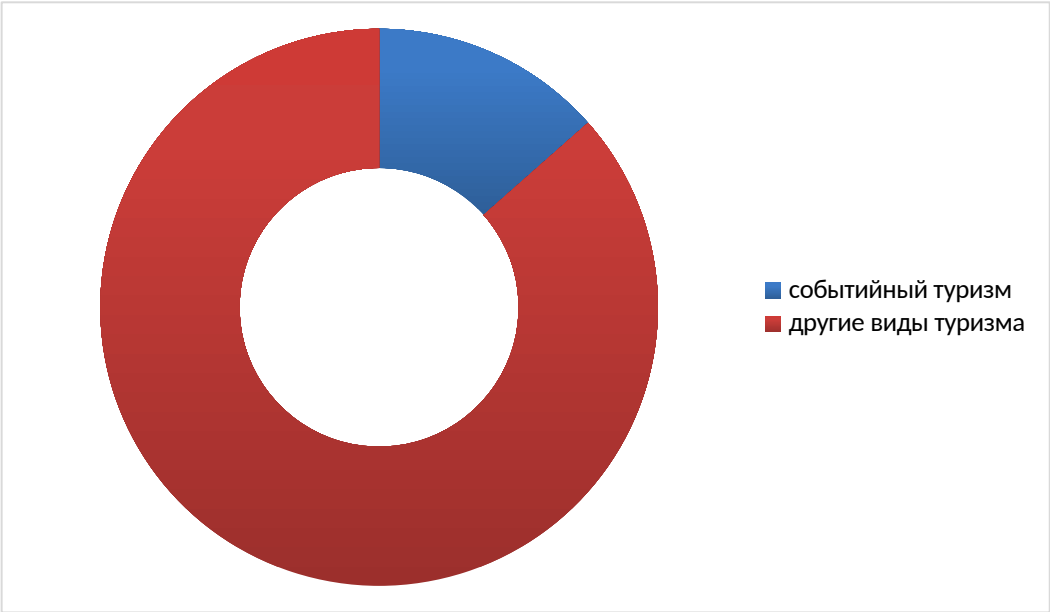


Рисунок 3 - Диаграмма соотношение количества туров событийного туризма к другим видам туризма

Вывод: Деятельность ООО «Волхва» охватывает достаточно большое количество видов туризма. Событийный туризм удачно вписывается в политику фирмы проводить короткие по продолжительности туры и играет большую роль в улучшении разнообразия ассортимента фирмы.

3 РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА В РАМКАХ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

3.1 Особенности российского событийного туризма

Новгородская область входит в состав Северо-Западного федерального округа. Область граничит с Псковской областью (на западе и юго-западе), с Тверской областью (на юге и юго-востоке), с Ленинградской областью (на севере и северо-западе) и Вологодской областью (на северо-востоке). Протяженность территории области с запада на восток - 385 км, а с севера на юг - 278 км. Удобное географическое положение региона между двумя столицами Санкт-Петербургом и Москвой позволяет ему предложить своим гостям обширный спектр возможностей для отдыха и туризма. Уникальная природа «жемчужин» области, Валдая и Старой Руссы, Боровичей и Любытино, а также современная региональная туристская инфраструктура создают удобные условия для развития культурно-познавательного, событийного, делового, активного туризма в Новгородской области [17].

Великий Новгород ежегодно принимает порядка 150 тыс. гостей, из которых половина – иностранцы из 26 стран мира. Так, например в 2017 году город принял у себя 236 615 человек, из них иностранных туристов 51 500 человек (рост турпотока – 15% по сравнению с 2016 годом). Туризм в Новгородской области подразделяется на культурно-познавательный; летний и зимний отдых в пансионатах и на базах отдыха, а также лечебно-оздоровительный; религиозный и событийный туризм. Вклад туризма в региональную экономику с учетом смежных отраслей составляет порядка 3,6%.

В 2008 году был выпущен закон «О развитии туризма и туристской деятельности на территории Новгородской области». В законе были определены приоритетные пути развития туризма в регионе. Целью закона

является создание благоприятных условий для развития туризма в Новгородской области.

Новгородская область имеет огромное культурное наследие благодаря таким архитектурным памятникам как: Новгородский Кремль, Никольский собор и др. Каждому туристу, решившему посетить регион, будет предложено множество экскурсий на выбор. Экскурсии в Великий Новгород достаточно продолжительны и интересны. Самые популярные экскурсионные объекты – это Кремль и Софийский собор, которые поражают гостей города своей архитектурой. С культурой и историей города гостям помогают ознакомится профессиональные гиды и переводчики: составлены интересные и оригинальные программы, чтобы знакомство с Новгородом было незабываемым [22].

В кафе и ресторанах Великого Новгорода предлагается гостям блюда старинной русской кухни и оригинальные русские напитки, приготовленные по древним рецептам предков, живших на территории Новгородской области [16].

Помимо познавательных экскурсий, Новгород предлагает своим гостям прогулки на теплоходах по озеру Ильмень и реке Волхов. Активным туристам придутся по вкусу туристические маршруты и Валдайского национального парка, а пороги многочисленных рек Новгородской области порадуют туристов-водников.

Следует отметить, что база средств размещения в Новгородской области богата и разнообразна, и гости города всегда найдут, где остановиться. Туристская индустрия региона включает в себя 111 коллективных средств размещения с учетом всех типов предприятий, в том числе 71 гостиницу. Общий номерной фонд равен 8 316 мест. Гостиничные сети представлены отелями «Park Inn by Radisson Великий Новгород» и «Амакс Отель Россия». Помимо этого, здесь расположено множество санаториев, которые помимо спального места, предоставляют свой спектр оздоровительных услуг. Новгородские санатории специализируются на

лечении различных заболеваний, в том числе заболеваний опорно-двигательного аппарата, органов дыхания и эндокринной системы.

Санаторий «Старая Русса» специализируется на лечении минеральными водами и сульфидно-иловыми грязями. В Великом Новгороде расположен санаторий-профилакторий «Акрон», который специализируется на лечении гипертонической болезни, бронхитов и бронхиальной астмы, остеохондроза, заболеваний суставов и органов пищеварения. Также в Великом Новгороде находится детский санаторий «Тёсово-2» специализирующийся на лечении детей с параличами, патологиями конечностей и после операций на позвоночнике.

Одной из главных причин посещения Новгородской области является её история. На регионе находится порядка 4,8 тысяч памятников истории культуры, из них 1903 находится на учете государства. Исторический центр Новгорода, а также памятники его окрестностей включены в список Всемирного Наследия ЮНЕСКО (37 памятников и ансамблей). Большая часть памятников, в том числе и старинные церкви, включена в состав Новгородского музея-заповедника, являясь его отделами. В самом Новгороде туристам, конечно, интереснее всего старинная архитектура, хотя есть в городе и интересные музеи изобразительных искусств и художественной культуры, с богатыми собраниями русских, в том числе новгородских, художников. Новгородская земля богата историческими и культурными памятниками, а близость региона к западным границам обеспечила ему особый колорит.

Город Боровичи – памятник градостроительства 18 века. Здесь хорошо сохранилась первоначальная планировка города. В городе находится первый в России арочный мост (через реку Мста) и музей-заповедник великого полководца А. В. Суворова в селе Кончанское-Суворовское. Боровичи – пример того, что власти Новгородской области с трепетом относятся к туризму не только в Великом Новгороде, но и в других городах региона. 20 марта 2020 года Администрация Боровичского муниципального района

Новгородской области приняло постановление «О Координационном совете по развитию туризма в Боровичском муниципальном районе». В постановлении прописаны цели и направления развития туризма в Боровичском муниципальном районе.

Город Валдай интересен Екатерининской церковью построенной в 18 веке и Валдайским Иверским Святоозёрским Богородицким мужским монастырём, расположенным на острове. В Сольцах обязательно стоит посетить Покровскую церковь и Ильинский собор. Еще один из интересных исторических городов Новгородской области – Старая Русса. Там отлично сохранились церковь Спаса Преображения (12 век), Никольская церковь[23] (14 век), Воскресенский собор (17 век)[24], а также Георгиевская и Троицкая церкви. Также город интересен своим мемориальным музеем Ф. М. Достоевского [25].

В связи с 2000-летием рождества христова на новгородской земле стал проявляться интерес к святым местам христианства.

С Новгородской землёй тесно связана жизнь и творчество многих знаменитых личностей — Николая Рериха, Гавриила Державина, Сергея Рахманинова и других.

Весомым недостатком Новгородской области как туристического объекта служит отсутствие аэропорта – ближайший находится в Санкт-Петербурге. Оттуда путь до Новгорода займёт около 3 часов. Отсутствие аэропорта не должно стать причиной отказа от поездки в Великий Новгород. Сложностей добраться туда из Санкт-Петербурга не возникнет, так как автобусы ездят каждый час, а билет стоит всего 450 рублей.

2005 год именовался в Новгородской области годом туризма. Целью этой акции было объединёнными усилиями работников туриндустрии, поднять имидж новгородчины и привлечь внимание общественности к региону.

Новгородская область имеет очень богатый туристический потенциал. Практически в каждом городе области есть что-то ценное, что привлекает

туристов. Наличие лечебных грязей и минеральных вод способствует развитию лечебного туризма, богатые лесные массивы становятся основой санаторного лечения, а также огромное количество лесов и озер приводит к развитию самодеятельного туризма.

Губернатор Новгородской области Андрей Никитин участвовал в XXIII Генеральной ассамблее Всемирной туристической организации (UNWTO), и рассказал о потенциале Новгородской области в сфере туризма. Он заявил о росте турпотока в Новгородскую область и обратил внимание на то, что по всему региону проводится реконструкция общественных пространств туристских центров [13].

3.2 Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций

В наше время, когда всё труднее становится заинтересовать потребителя услуг, появляется необходимость в новых подходах продвижения, в том числе и туристских дестинаций. Одним из главных инструментов маркетинговой политики туристских территорий является развивающийся в последнее время событийный маркетинг.

Для удачной реализации продуктов событийного туризма в нынешних условиях необходим инновационный комплексный подход, соединяющий усилия сотрудников нескольких блоков.

1 Организационного, обеспечивающего наличие приглашённых артистов, гостей, волонтёров, персонала и места их размещения, питания и т.п., а также контакт с представителями турбизнеса.

2 Производственного, отвечающего за техническое снабжение места проведения мероприятия и транспорт.

3 Рекламно-информационного, отображающего взаимодействие организаторов и спонсоров ивента по продвижению мероприятия в медиа-

средах применением рекламных и PR-технологий на всех стадиях: до, во время и после мероприятия.

4 Финансового, курирующего вопросы учёта государственных бюджетных средств и внебюджетных источников – спонсоров, грантов, а также расчёты с поставщиками и подрядчиками.

В последние два десятилетия в мире активно развивается ивент-менеджмент. «Ивент-менеджмент – это прикладная область изучения и пространство профессиональной практики, посвящённое планированию, проведению и управлению специальными мероприятиям. Ivent - в переводе с английского языка означает какое-либо событие или мероприятие, вызывающее положительные эмоции людей, которые вызываются различными изобразительными приёмами, необычными сюжетными поворотами и т.п.

Одной из важных задач ивент-менеджмента является привлечение спонсоров. Без спонсорства не обходится практически ни одно важное событие. Также немаловажной задачей ивент-менеджмента является обеспечение безопасности туристов. Это касается не только антитеррористических мер, но также обеспечения пожарной безопасности, наличия достаточного количества сотрудников службы безопасности, их способности к обнаружению и изоляции подозрительных лиц, отслеживанию приёма алкоголя и прочее.

Такие направления, как событийные туризм, менеджмент и маркетинг неразрывно действуют вместе и не могут существовать друг без друга. Нет такого туроператора, который бы взялся за плохо организованное мероприятие, и так же ни одно мероприятие не может быть организовано без ожидаемого притока туристов, обеспечивающих получение прибыли как ивент-агентству, так и дестинации в целом. нужно учитывать тот факт, что даже очень привлекательное для потенциальных туристов событие не сможет стать основой формирования привлекательности дестинации, без должной туристской инфраструктуры.

Маркетинговые исследования позволяют уменьшить степень риска в деятельности туристских фирм, позволяя организации заранее объективно оценить все свои рыночные возможности и выбрать такие направления деятельности, где достижение поставленных целей становится возможным с большей вероятностью.

Таким образом можно заключить тем, что ивент-менеджмент занимается разработкой и планированием ивентов, а менеджмент туризма, в свою очередь, изучает потребности туристов и занимается развитием туристской дестинации. Если мы объединим эти две области, то получим событийный туризм, который продвигает туристскую дестинацию через проводимые событийные мероприятия или ивенты.

3.3 Анализ туристского потенциала Новгородской области

В 2008 году был выпущен закон «О развитии туризма и туристской деятельности на территории Новгородской области». В законе были определены приоритетные пути развития туризма в регионе. Целью закона является создание благоприятных условий для развития туризма в Новгородской области.

Весомым недостатком Новгородской области как туристического объекта служит отсутствие аэропорта – самый ближайший находится в Санкт-Петербурге. Оттуда путь до Новгорода займёт около 3 часов. Отсутствие аэропорта не должно стать причиной отказа от поездки в Великий Новгород. Сложностей добраться туда из Санкт-Петербурга не возникнет, так как автобусы ездят каждый час, а билет стоит всего 450 рублей.

2005 год именовался в Новгородской области годом туризма. Целью этой акции было объединёнными усилиями работников туриндустрии,

поднять имидж новгородчины и привлечь внимание общественности к региону.

3.4 Событийный туризм Новгородской области

До недавнего времени основным турпродуктом в Новгородской области были программы экскурсионного показа. Для региона, в котором расположено более 4800 объектов культурно-исторического наследия, из них 37 памятников и ансамблей из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО, это представлялось разумным решением эффективного и рационального использования культурного и исторического потенциала.

Но в настоящее время регион делает основной акцент на развитие событийного туризма. Именно это направление больше всего привлекает туристов из мегаполисов.

Новгородцы переориентировали отрасль на российских путешественников, предложив им уникальные программы, центром которых становится действие. Гостям предлагается стать не только зрителями, но и активными участниками ярких событий в сфере культуры и искусства.

Одним из подобных проектов стала театрализованная интерактивная программа «Путешествие во времена Новгородского вече», которая за 10 представлений в летнем сезоне 2010 года собрала более 4500 посетителей. В Новгородском кремле под открытым небом актеры новгородского театра драмы разыгрывают эпизоды новгородской истории. Источником сюжетов послужили новгородские летописи, берестяные грамоты и пьесы Екатерины II. Зрителям предлагается окунуться в атмосферу средневекового города с его широкими ремесленными рядами, торгом, стрелецким двором, трапезной.

События и фестивали:

– Межрегиональный фестиваль авторской песни «Мстинские созвучия» (Ровное, Боровичский район)

– Межрайонный фестиваль военно-спортивных народных игр «Русская сила» (Кончанское-Суворовское)

– Международный фестиваль народного искусства и ремесел «Садко» (Витославлицы)

– День города в Великом Новгороде

– Межрегиональный Фестиваль раннесредневековой культуры «Княжья Гора» (Батецкий район)

– Международный театральный фестиваль камерных спектаклей по произведениям Ф.М. Достоевского (Великий Новгород, Старая Русса)

– Международный военно-исторический фестиваль «Забытый подвиг – Вторая Ударная армия» (Тёсово-Нетыльский)

О событийном туризме в деятельности ООО «Волхва» мы уже говорили во второй главе. Однако ООО «Волхва», к сожалению, далеко не полностью использует потенциал событийного туризма Новгородской области. Главным образом фирма сроит свою деятельность используя небольшие локальные события Великого Новгорода, что оправдано политикой фирмы, направленной на школьную аудиторию.

Представляем неполный перечень тех мероприятий событийного туризма, глобальных по масштабам, которые не были охвачены при планировании туров ООО «Волхва»

1 «Забытый Подвиг 2-ая Ударная армия» Самая крупная на Северо – Западе России военно – историческая реконструкция, посвящённая трагедии Великой Отечественной войне. Фестиваль, который проводился уже семь раз и привлекает более 1000 участников не только со всей России, но и из стран Европы. В прошлом году в работе фестиваля впервые приняли участие гости из Испании.

2 Военно – историческая реконструкция, посвящённая событиям в Демянском котле и освобождению г. Демянска от немецко – фашистских захватчиков. Фестиваль, постепенно набирающий силу и особенно популярный среди молодёжи.

3 Военно – историческая реконструкция, посвященная коллективному подвигу самопожертвования, совершённому Красиловым, Черемновым и Герасименко.

4 Фестиваль средневековой музыки, ремесел и ратного мастерства «Княжья братчина», который проводится в Старой Руссе.

5 Фестиваль музыкальных древностей «СЛОВИША» в Великом Новгороде

6 Экстремальный фестиваль «Горячие головы» в Великом Новгороде.

7 Чемпионат России по гребному слалому в Окуловке

8 Первенство России по настольному теннису среди ветеранов в Старой Руссе и многие другие.

На диаграмме 4 представлено соотношение между общим количеством мероприятий событийного туризма в Новгородской области и количеством мероприятий событийного туризма, которые используются ООО «Волхва»

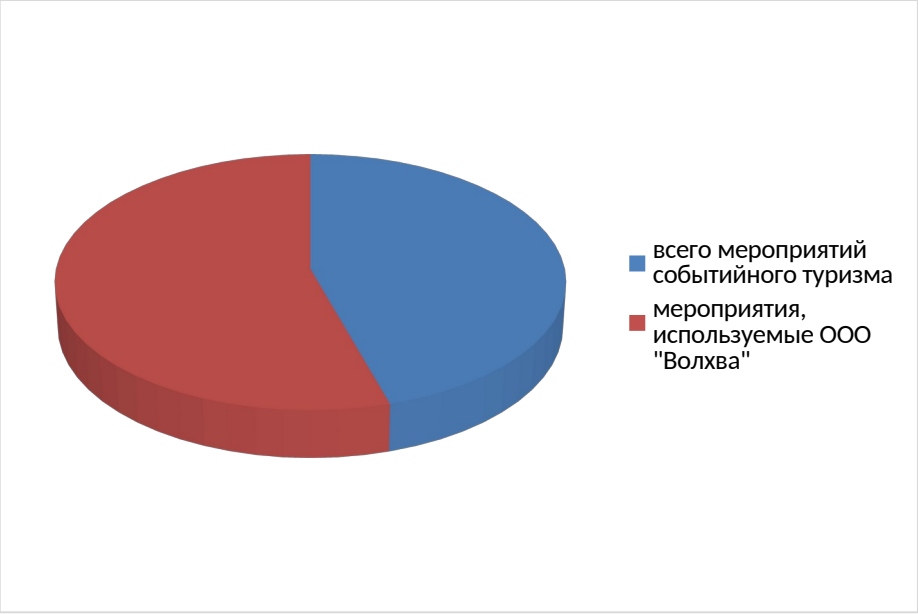


Рисунок 4 - Диаграмма соотношение мероприятий событийного туризма, проводимых в Новгородской области и мероприятий, используемых ООО «Волхва»

Таким образом мы видим, что количество мероприятий событийного туризма, используемого ООО «Волхва» лишь немногом превышает половину потенциала, который можно было бы использовать.

3.5 Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «Волхва»

1 Увеличить количество мероприятий событийного туризма, которые потенциально можно использовать в деятельности фирмы. Особенно это касается участия в военно – исторических реконструкциях, наиболее интересных школьникам.

2 Использование данных реконструкций в деятельности по разработке туров поклонного туризма, которые сейчас заявлены в работе фирмы

3 Совершенствование рекламной кампании событийного туризма.

В качестве предложения по совершенствованию деятельности фирмы я предлагаю новый тур, подходящий под все признаки событийного туризма.

3.6 Разработка событийного маршрута по Новгородской области

Последнее время активно развиваются туристские маршруты, связанные со славными вехами военной истории нашего государства. Активно развивается деятельность военно – исторических клубов, клубов исторического фехтования. В Новгородской области действуют клубы средневековой экипировки и фехтования, которые проводят замечательный фестиваль «Княжья братчина» в Старой Руссе. Анализ мероприятий событийного туризма позволяет сделать вывод, что большинство мероприятий приходится на областной центр, достаточно много крупных мероприятий событийного туризма в Старой Руссе, есть они в Окуловке,

Демянске и Валдае. Восточные районы области представлены в основном спортивными и экстремальными мероприятиями событийного туризма, связанными с природными ресурсами горной Мсты. Вместе с тем на территории Боровического района есть прекрасные места, связанные с жизнью великого русского полководца А.В. Суворова [15].

Граф (1789), а с 1799 года Князь - Александр Васильевич Суворов (13 ноября 1730 — 6 мая 1800) — великий русский полководец, основоположник русской военной теории. Национальный герой России. Генералиссимус (1799), генерал-фельдмаршал (1794), генерал-фельдмаршал Священной Римской империи (1799), великий маршал войск пьемонтских, кавалер всех российских орденов своего времени, вручавшихся мужчинам, а также семи иностранных.
С 1789 года носил почётное прозвание граф Суворов-Рымникский, а с 1799 года — князь Италийский граф Суворов-Рымникский.

За всю свою карьеру полководца не проиграл ни одного сражения, неоднократно наголову разбивал значительно превосходящие по численности силы противника. Всего дал более 60 сражений и боёв. Известен своей заботой о солдатах, в том числе участием в разработке новой практичной полевой униформы, на смену униформе «на прусский манер», за что и был выслан в 1997 году Павлом I в своё имение Кончанское, которое находилось в Боровическом уезде, Новгородской губернии. Именно из этого имения А.В. Суворов выехал по приказу императора для того чтобы совершить, наверное, самый известный свой военный подвиг – переход через Альпы.

Сейчас в селе Кончанское - Суворовское находится мемориальный музей полководца.

Я предлагаю провести в Боровическом районе Новгородской области новый фестиваль под названием «Чудо – богатыри», посвящённый деятельности А.В. Суворова по совершенствованию Российской Императорской Армии. Местом проведения фестиваля выбраны

окрестности села Кончанское – Суворовское, живописный берег озера Шерегодра. Время проведения фестиваля – 10 июня.

Программа фестиваля:

10.00 – начало фестиваля

10.00 – 12.00 экскурсии, в том числе и интерактивные по музею – заповеднику А.В Суворова.

10.00 – 18.00 работа интерактивных площадок фестиваля:

- Мундир русской армии 18 века;
- Ордена Российской империи;
- Хозяйственный двор, мастер – класс запряжения лошади, упряжь хозяйственной лошади;
- Холодное оружие русской армии 18 века;
- Русские игры: «бабки» (любимая игра А.В. Суворова), городки.
- Кавалерия русской армии, устройство кавалерийского и казачьего сёдел.
- Русская кухня суп из снетка (любимое блюдо А.В. Суворова), гречневая каша (основное блюдо солдат Российской Императорской Армии)

15.00 – 17.00 военно – историческая реконструкция сражения при Козлуджи

17 марта 1774 года А.В. Суворов был произведён в генерал-поручики. Вскоре он возвращается в армию и сперва прикрывает наступление дивизии Каменского на Пазарджик, а затем его корпус соединяется с дивизией Каменского и принимает участие в сражении у Козлуджи (10 июня 1774 года), когда Суворов захватил высоту в тылу турецкого лагеря, а затем при поддержке пехоты Каменского разгромил всё войско сераскира Абдул-Резака. Урон русских составил 209 человек. Турки потеряли 1200 человек. В этом сражении, решившем участь кампании 1774 года и приведшем к заключению Кючук-Кайнарджийского мирного договора, действия Суворова стали одним из определяющих факторов победы русского войска.

17 июня 1950 года Козлуджа переименована в Суворово.

Именно поэтому датой проведения фестиваля выбрано 10 июня, годовщина битвы при Козлуджи.

Организаторы фестиваля: Новгородский музей – заповедник; Новгородское отделение Союза казаков – воинов России и зарубежья; Администрация Боровичского района.

Используя фестиваль, как основное аттрактивное действие, я предлагаю следующий туристский маршрут.

«Великий Новгород – Сольцы – Старая Русса – Боровичи»

Тур предусматривает участие в проходящих событиях. Это путешествие является событийным с элементами познавательного туризма. Это внутренний (на территории Новгородской области) тур, рассчитанный на группу из 30 человек. Протяженность маршрута составляет 540 км. Маршрут не является кольцевым, поэтому нужно учитывать время на обратный путь до Великого Новгорода. Данное путешествие займет 2 дня с одним ночлегом. В качестве транспорта будет использован автобус.

В ходе поездки туристы увидят 3 малых исторических города Новгородской области. Сольцы – небольшой город, на берегу живописной реки Шелонь. Сольцы обязаны своему названию солёным минеральным водам, которые выходят на территории города на поверхность земли.

Сольцы выбраны мною в связи с тем, что в соборе Святого Илии, по преданию А.В Суворов венчался с княжной Прозоровской.

Следом за Сольцами автобус проследует в город - курорт Старая Русса, третий по величине город Новгородской области, стоящий на берегах рек Полисти и Порусьи. Далее, минуя поселок Парфино и Крестцы, автобус поедет в самый большой после Великого Новгорода город региона – Боровичи. Город расположен в 150 километров от Новгорода на берегах реки Мста.

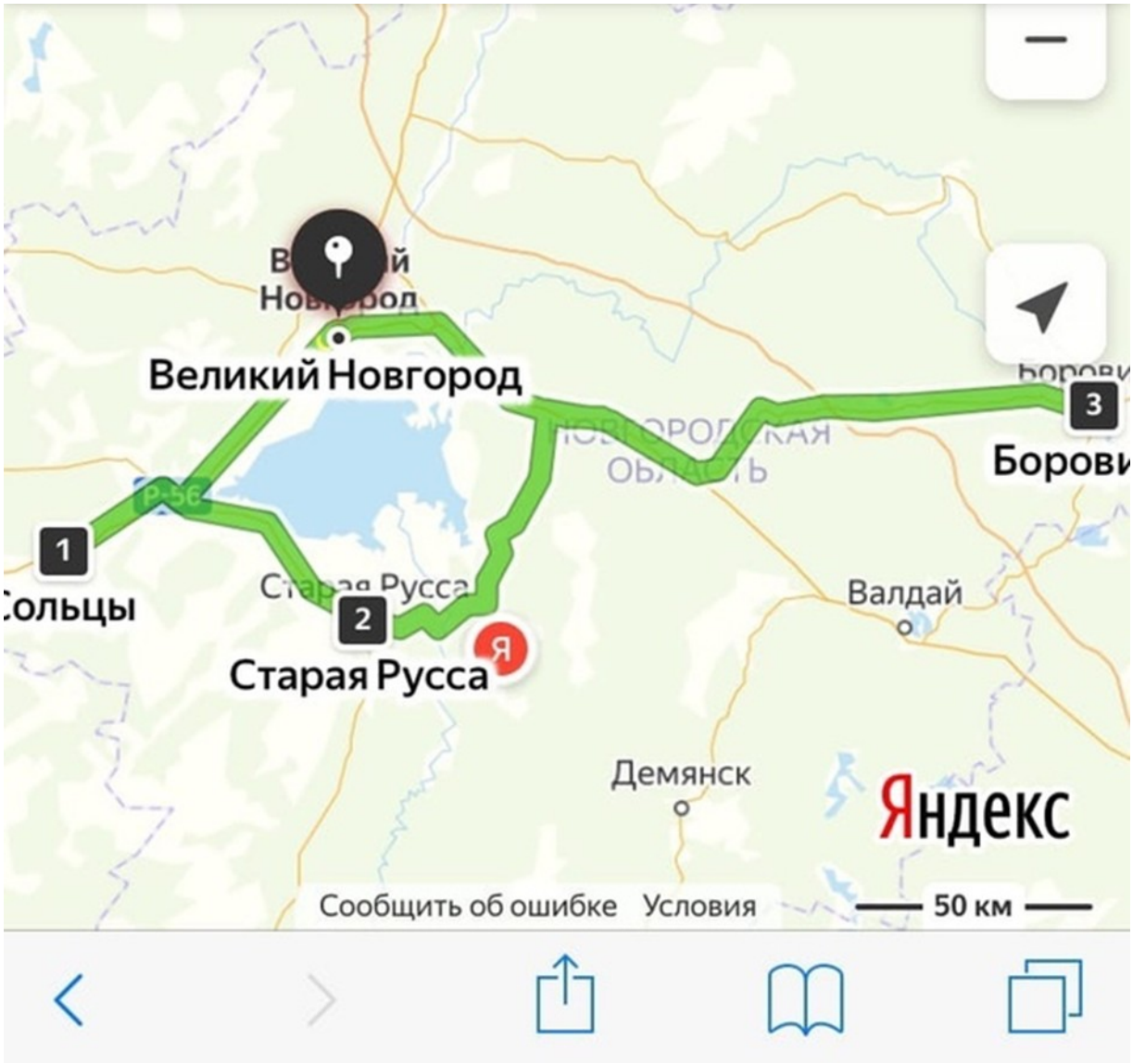


Рисунок 5 - Карта-схема маршрута

В программу запланированного тура входят следующие события и объекты показа: собор Ильи Пророка в г. Сольцы, экскурсия в бывшее имение Князей Васильчиковых в деревне Выбити. Один из владельцев данного имения, будущий генерал – лейтенант Г.А. Васильчиков принимал участие в сражении под Козлуджи совсем ещё молодым корнетом.

Воскресенский собор, возведенный на слиянии рек Полисти и Порусьи, празднование 250-летия города Боровичи.

Размещение в гостинице «Полисть» в Старой Руссе.

Программа:

1-й день:

8.00 – встреча участников группы, отъезд от вокзальной площади Великого Новгорода.

9.30 – прибытие в г. Сольцы. Посещение собора Ильи Пророка.

10.30 – экскурсия в бывшее имение князей Васильчиковых в деревне Выбити.

12.30 – отъезд из г. Сольцы.

14.00 – прибытие в Старую Руссу. Размещение в гостинице «Полисть» и обед в кафе при гостинице.

14.00-17.00 – фестиваль воздухоплавания.

17.30 – посещение Воскресенского собора.

18.30 – ужин в кафе при гостинице.

2-ой день:

7.00 – завтрак в кафе при гостинице Полисть.

7.30 – выезд из Старой Руссы.

10.00 – прибытие в Кончанское - Суворовское

10.30 – обед на интерактивной площадке (суп из снетка, гречневая каша)

11.00 – посещение музея А. В. Суворова.

12.00 – участие в фестивале « Чудо – богатыри»

18.00 – ужин на площадке фестиваля.

18.30 – отъезд в Великий Новгород.

Экскурсионные услуги: 1.Организаторы фестиваля: Новгородский музей – заповедник; Новгородское отделение Союза казаков – воинов России и зарубежья; Администрация Боровического района.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

туристского путешествия на 2020г.

1. Основные сведения о маршруте

Название «Чудо-богатыри»

Маршрут путешествия

г Великий Новгород- Сольцы-Старая Русса-Боровичи-Великий Новгород

Вид маршрута:

Протяженность маршрута 540 км

Продолжительность путешествия 3 дня/1 ночи

Число туристов в группе (рекомендуемое) 30 человек

Стоимость (ориентировочная) 9804 руб на человека

Таблица 1 - Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование и месторасположение объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения, категория и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т. д.	Перевозка туристов (вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания)	Другие услуги
8.00 – встреча участников группы, отъезд от вокзальной площади Великого Новгорода. 9.30-прибытие в г. Сольцы. Посещение собора Ильи Пророка. 12.30– отъезд из г. Сольцы. 18.30 – ужин в кафе при гостинице.	14.00 – прибытие в Старую Руссу. Размещение в гостинице «Полисть» и обед в кафе при гостинице.	10.30 – экскурсия в бывшее имение князей Васильчиковых в деревне Выбити. 17.30 – посещение Воскресенского собора. 14.00-17.00 – фестиваль воздухоплавания	Мерседес Бенз тур.класса Вместимость 30 человек. (аренда Транспортная Компания «Перевозочка 24»)	
7.00– завтрак в кафе при гостинице Полисть. 7.30 – выезд из Старой Руссы. 10.00-прибытие в Кончанское - Суворовское 18.30 – отъезд в Великий Новгород.	10.30 – обед на интерактивной площадке (суп из снетка, гречневая каша)	11.00 –посещение музея А. В. Суворова 18.00 – ужин на площадке фестиваля	- Мерседес Бенз тур.класса Вместимость 30 человек. (аренда ТК «Перевозочка 24»)	12.00 – участие в фестивале «Чудо – богатыри»

2. Описание туристского маршрута

1 день 8.00 – встреча участников группы, отъезд от вокзальной площади Великого Новгорода. 9.30 – прибытие в г. Сольцы. Посещение собора Ильи Пророка.10.30 - русское чаепитие в деревне Выбити.11.00 – отъезд из г. Сольцы.13.00 – прибытие в Старую Руссу. Размещение в гостинице «Полисть» и обед в кафе при гостинице.14.00-17.00 – фестиваль воздухоплавания.17.30 – посещение Воскресенского собора(Приложение В). 18.30 – ужин в кафе при гостинице (кто желает может погулять по городу и выбрать себе место для ужина самостоятельно)

2 день 7.00 – завтрак в кафе при гостинице Полисть. 7.30 – выезд из Старой Руссы. 10.00 – прибытие в Кончанское – Суворовское 10.30 – обед на интерактивной площадке (суп из снетка, гречневая каша) 11.00 – посещение музея А. В. Суворова. 12.00 – участие в фестивале «Чудо – богатыри» 18.00 – ужин на площадке фестиваля. 18.30 – отъезд в Великий Новгород.

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов: не требуется.

Курс валют турфирмы «Русь Новгородская» 1 EUR = 77.98 рублей на 15.05.2020

Таблица 2 – Калькуляция тура

	На 1 чел. день	На 2 дня	Всего
Питание	450 руб.	900	5200 на 3 дня на 1 человека 5200 *8 человек = 41600 + 3000 + 2000=46600+2796 =49396/ 8 =6174 стоимость тура
Размещение в гостиницах	3364	6728	
Страховка	2000	4000	
Экскурсия	500	1000	
Оплата транспорта	2400	4800	
Услуги водителя	1000	2000	
Комиссия турагентству:6% 9804 рублей *6\100 = 588 рубль			

Стоимость тура на 1 человека на 2 дня = 9804рублей

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе был составлен туристский маршрут событийной направленности по Новгородской области. Также был составлен расчетный план на эту поездку и точное расписание событий. Для достижения поставленной цели были изучены основные аспекты событийного туризма, проанализировано текущее состояние дел в области туризма в России и, в частности, в Новгородской области.

По итогам проделанной работы можно сделать выводы о том, что событийный туризм ещё не полностью развит на территории нашей страны, и только некоторые регионы способны организовывать у себя событийные мероприятия и обеспечивать достойную туристскую инфраструктуру. В число этих регионов входит Новгородская область, туристская индустрия которой уже на протяжении нескольких лет показывает нам хороший пример организации событийных мероприятий. Из недостатков организации событийного туризма в Новгородской области можно отметить только недостаточное количество маркетинга, из-за чего не многие узнают о проводимых мероприятиях.

Власти Новгородской области с трепетом относятся к туризму в регионе и поддерживают его на высоком уровне. Так губернатор А. Никитин в 2019 году на XXIII Генеральной ассамблее Всемирной туристической организации (UNWTO) заявил о росте турпотока в Новгородскую область и обратил внимание на то, что по всему региону проводится реконструкция общественных пространств туристских центров. Кроме того, он подчеркнул, что туризм приносит огромную пользу экономике региона.

У Новгородской области имеется огромный туристический потенциал. Большое значение имеет и то, что не только Великий Новгород имеет интерес для туристов, но и другие города области такие как Боровичи, Старая Русса, Сольцы, Валдай, Холм. В процессе изучения этих городов

туристы изучают культуру и историю как Новгородской земли, так и России в целом.

Для дальнейшего развития событийного туризма в Новгородской области, необходимо развивать ивент-менеджмент, чтобы грамотно продвигать туристические дестинации.

Исходя из представленных результатов данного исследования, можно с полной ответственностью сказать, что все поставленные цели и задачи в начале дипломной работы были выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 01.04.2020) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

2 Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 июля 1992 г. (ред. от 25.06.2012 г.)

3 Государственная программа Новгородской области "Развитие культуры и туризма Новгородской области на 2014 - 2021 годы"

4 Муниципальная программа Великого Новгорода "Развитие туризма и туристской деятельности на территории Великого Новгорода" на 2017 – 2023 годы

5 Абдулазизова С.Л. Роль событийного туризма в продвижении регионального турпродукта и популяризации отдыха в регионах // Туризм: право и экономика. – 2012

6 Алексеева А. В. Событийный туризм и ивент - менеджмент. // Российское предпринимательство, №6 (2), 2011

7 Бабкин А.В. Специальные виды туризма. - Р/на-Дону: Феникс. – 2008 252 с

8 Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.

9 Богданова Э.Н. Проблемы устойчивого развития туризма в регионах РФ // Управление экономическими системами. 2018. №33. С. 23-44.

10 Брашнов, Д. Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнов. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2016. - 224 с.

11 Вавилова, Е. В. Основы международного туризма [Текст] : учеб.пособие / Е. В. Вавилова. – М. : ГАРДАРИКИ, 2017. – 160 с.

12 Долженко Г.П. Основы туризма: учебное пособие. – М.: ИКЦ

13 Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для СПО / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.

14 Зорин И. В., В.А. Квартальное Энциклопедия туризма: Справочник. М.: Финансы и статистика, 2015 С.368

15 Леонидова Е.Г. Оценка уровня сформированности событийного туризма в регионе //Журнал «Universum: экономика и юриспруденция». 2018. №8. С. 23-33.

16 Муниципальная программа Великого Новгорода "Развитие туризма и туристской деятельности на территории Великого Новгорода" на 2017 - 2023 годы

17 Нарута Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 11-6. – С. 1158-1162;

18 Официальный сайт туристической фирмы Волхва(https://volchkva.ru/)

19 Сондер М. Ивент-менеджмент [Текст]: / М. Сондер ; пер. с англ. Д.В. Скворцова. – М. : РГБ, 2011. – 506 с. 219

20 Суслова И.А., Морозова Л.С. Событийный туризм: тенденции

21 регионального развития // Сервис в России и за рубежом. 2016 Т. 10 №1 (62). С. 94-104.

22 Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 01.04.2020) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

23 Шубаева В.Г. Маркетинг-менеджмент туризма [Текст] /В.Г. Шубаева, И.О. Сердобольская. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2012. – 136 с

24 Яковлев, Г. А. Экономика и статистика туризма [Текст] / Г. А. Яковлев. – М. : Издательство РДЛ, 2012. – 480 с

25 https://news.novgorod.ru/articles/read/692.html [электронный ресурс]–Будущее Новгородского туризма

26 https://travel247-ru.turbopages.org/s/travel247.ru/tours/1815-sobytijnyj-turizm-chto-eto-takoe\ [электронный ресурс] –Событийный туризм

27 https://novgorodmuseum.ru/muzej-zapovednik/borovichi/1.html-[электронный ресурс]-Новгородский Кремль

28 https://www.visitnovgorod.ru/sights/st_nicholas_cathedral.html [электронный ресурс]- Никольский собор

29 http://visitrussa.ru/object/2/ [электронный ресурс]- Воскресенский собор

30 https://posmotrim.by/article/georgievskaya-cerkov-staraya-russa.html [электронный ресурс] –Георгиевская церковь

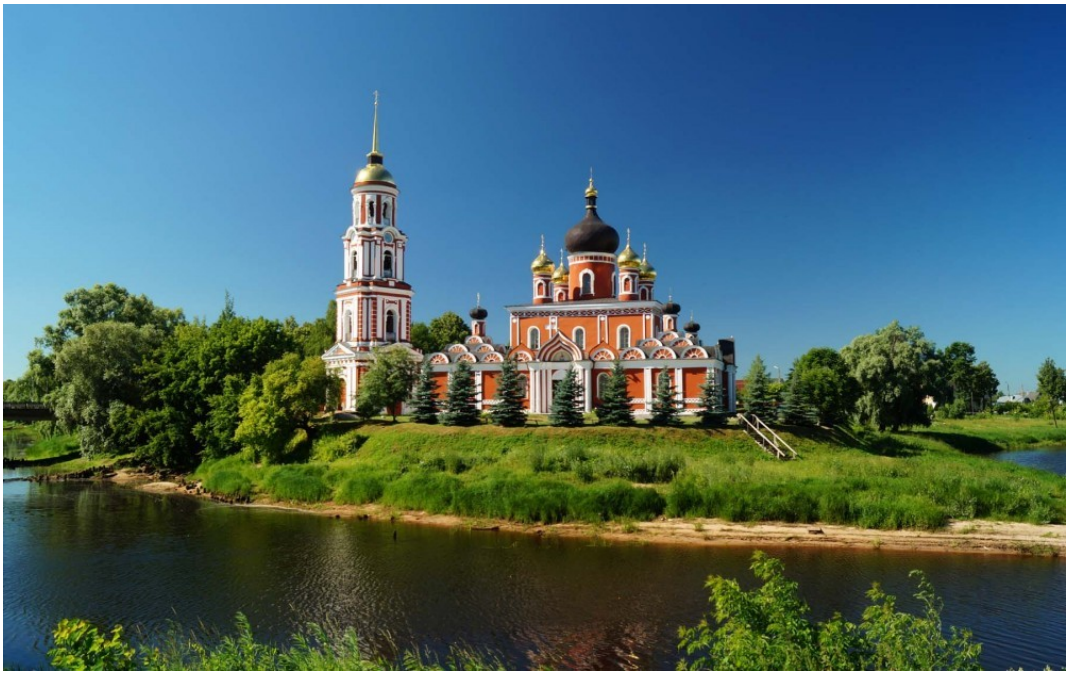
ПРИЛОЖЕНИЕ А



Новгородский Кремль



Никольский собор



Воскресенский собор



Георгиевская церковь