Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой СЦР
_____Л.Э. Панкратова
« ____ » _____ 2019 г.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БАРНОГО ТУРИЗМА В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

Выпускная квалификационная работа бакалавра
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профилю подготовки «Сервис»
профилизации «Туризм и гостиничный сервис»

Идентификационный код ВКР: 135

Исполнитель:
студентка группы ЗТГС-511 Е.Е. Герасимова

Руководитель:
доцент кафедры социологии и
социальной работы,
канд. социол. наук, доцент Т.А. Лугинина

Нормоконтролер:
ст. преподаватель кафедры
социологии и социальной работы В.С. Куимов

Екатеринбург 2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 76 страницах, содержит 36 источников литературы, а также 3 приложения на 8 страницах.

Ключевые слова: ТУРИЗМ, ВИДЫ ТУРИЗМА, БАРНЫЙ ТУРИЗМ, БАР.

Объектом дипломной работы является барный туризм как вид туризма.

Предметом дипломной работы выступает современное состояние барного туризма в Екатеринбурге.

Цель работы - охарактеризовать состояние барного туризма в Екатеринбурге.

Работа посвящена анализу современного состояния барного туризма в Екатеринбурге. Во введении раскрыта актуальность темы, степень её научной разработанности, практическая значимость работы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

В первой главе «Бар как объект туризма» дана характеристика основных понятий, приведена классификация баров, а также возможные ограничения в их деятельности.

Вторая глава «Барный туризм как вид туризма» представляет собой анализ понятия «барный туризм», описываются его цели, приводится классификация, также в этой главе вводится и анализируется понятие «барная культура», доказывается, что бар является частью индустрии гостеприимства.

В третьей главе приводится анализ современного состояния барного туризма в городе Екатеринбург с помощью таких инструментов социологического исследования как социологический опрос и интервью, составлен туристический маршрут в городе Екатеринбург.

В четвертой главе представлена система заданий в тестовой форме по теме выпускной квалификационной работы.

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы, обозначены перспективы дальнейших исследований по данной теме.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5

1. БАР КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА 8

2. БАРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВИД ТУРИЗМА 20

3. БАРНЫЙ ТУРИЗМ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ 29

4. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ ПО ТЕМЕ «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БАРНОГО ТУРИЗМА В ЕКАТЕРИНБУРГЕ» 44

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 55

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 56

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – Протоккколы интервью 60

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – Социологическая анкета на тему: «предпочтения в сфере барного туризма» 66

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – Список заведений для туристического маршрута 70

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В последнее десятилетие барная культура в России бурно развивается. Об этом свидетельствует не только количество открываемых заведений, но и рост спроса на дорогие, благородные напитки. Растет и интерес местных жителей и гостей города к заведениям с оригинальной концепцией, спрос становится все более искушенным. Если начать поиск литературы на данную тему – то выясняется, что о барном туризме не пишут. Данный вид туризма практически не имеет огласки, но при этом он существует, и, более того, пользуется большим спросом, но малым предложением на рынке.

Современного туриста все сложнее удивить памятниками архитектуры, горнолыжными курортами и интересными видами, особенно в пределах одного города. Поэтому барный туризм как возможность попробовать нечто новое и испытать незабываемые эмоции набирает все большую популярность. Барный туризм – это возможность понять барную культуру, познакомиться с различными традициями разных народов.

В Екатеринбурге, как и в России в целом барный туризм – явление уникальное: нет продуманных туристических маршрутов. Однако, это перспективное направление туристического бизнеса.

Степень научной разработанности. Теоретическое осмысление основных положений и понятий настоящей дипломной работы осуществлялось на основе изучения необходимого массива специальной литературы. Так, для раскрытия вопроса о понятии и классификациях бара были использованы труды В.В. Архипова, Е.И. Иванниковой, Т.В. Иванниковой, Г.В. Семеновой и других. Выявлению особенностей барного туризма способствовали работы Н.Е. Ефимовой, А.А. Смакова, Е.Е. Дубцова и других. Для приведения классификации барного туризма использовались научные разработки Т.Р. Любецкой, Н.Е. Покровского, В.В. Усова, В.Ф.

Шимановского. Понятие "барная культура" было раскрыто благодаря трудам А.Д. Чудновского, Р.К. Макалевича.

Объектом дипломной работы является барный туризм как вид туризма.

Предметом дипломной работы выступает современное состояние барного туризма в Екатеринбурге.

Цель работы – охарактеризовать состояние барного туризма в Екатеринбурге.

Реализация цели требует решения ряда взаимосвязанных задач:

1. Охарактеризовать бар как объект туризма.
2. Рассмотреть барный туризм как вид туризма.
3. Охарактеризовать современное состояние барного туризма в Екатеринбурге.
4. Разработать систему заданий в тестовой форме по теме выпускной квалификационной работы.

Эмпирической базой исследования послужили материалы социологического опроса населения на тему «Предпочтения в барном туризме», а также интервью с руководителями туристического агентства и бара. В работе были использованы статистические данные развития барного туризма в России и Екатеринбурге. Также был разработан туристический маршрут по Екатеринбургу в рамках барного туризма, объекты для посещения выбирались несколькими методами: анализ сайтов заведений, отзывы посетителей в социальных сетях, на основании рекомендаций бар-менеджера в ходе интервью.

Практическая значимость работы. Результаты и материалы исследования могут быть использованы начинающими предпринимателями и менеджерами в сфере туризма и ресторанного дела, а также в практике преподавания таких дисциплин, как «Профессиональная культура», «Предпринимательская деятельность», «Маркетинг в туризме и гостиничном хозяйстве», «Мировой рынок туризма».

1. БАР КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

Родина баров – Америка. Предшественниками их были всевозможные распивочные, появившись на Новом Свете с переселением испанцев, португальцев и голландцев. Распивочные обычно делились на две части: буфет и помещение для публики, которое было отделено барьером (англ. Barrier); так и возникло название «бар»[1]. Но оно возникло много позднее, вначале такие питейные заведения назывались «inn», что означает «трактир». В годы великого переселения на Дальний Запад золотоискатели и охотники могли купить в таких трактирах все, что им было нужно, посидеть поговорить, поиграть в карты. Лишь в XIX веке, в особенности в конце его, бары стали модернизироваться. Вместо деревянного прилавка в них появились длинные буфетные стойки, отделанные металлом или деревом ценной породы. Стульев, однако, не было: хозяин бара не хотел, чтобы люди «рассиживались» долго, для него был выгоден быстрый оборот потребителя. Да и сами потребители торопились, их девизом было «время – деньги»[2].

В конце 80-х годов XIX века в американских барах придумали нововведение, т.е. открытый стол. На блюдах лежали крохотные бутерброды с различными начинками. Потребитель, заказавший напиток, был вправе съесть любое количество бутербродов по своему вкусу. Владельцы баров были довольны – у них стало значительно больше посетителей. Но незадолго до первой мировой войны им пришлось отказаться от этой идеи – она все-таки оказалась убыточной.

В Англии еще в XIX веке баром называлась часть помещения для гостей, отделанная барьером. Потребитель платил у окошка, после чего ему выдавался напиток, который он выпивал стоя. Выбор в таких барах был

---

[1] *Волков Ю. Ф.* Гостиничное и ресторанное дело, туризм: учебное пособие. Ростов на Дону: Феникс, 2016. С. 178.

[2] *Бондаренко Г. А.* Гостиничное и ресторанное хозяйство: учебно-практическое пособие. Минск: БГЭУ, 2015. С. 53.

небольшой. Крепкие смешанные напитки подавали в больших ресторанах или клубах. После первой мировой войны в Англии появились большие, роскошно оборудованные бары.

За многие годы бары претерпели ряд изменений, но сам характер обслуживания в барах «без задержки» закрепился за этим видом заведения. В настоящее время бар – это предприятие, которое организует отдых посетителей в уютной обстановке, где можно заказать напитки, закуски, коктейли, послушать музыку, посмотреть выступление артистов варьете, организовать банкет и т.д[1].

Непременным атрибутом бара стала длинная, высокая стойка, вдоль которой стояли специальные стулья на высокой ножке для удобства сидящего и, скорее всего, изначально словом «бар» была названа именно сама стойка. Барная стойка – это индивидуальная особенность и достопримечательность любого бара, ведь ее оформление, стиль и дизайн самым непосредственным образом отражает направленность заведения[2].

Главное действующее лицо в баре – это, конечно же, бармен. Он красиво оформит напиток, улыбнется и поддержит разговор с посетителем, делая все это одновременно и с поразительной скоростью. Современные бары отличает наличие большого количества смешанных алкогольных напитков – коктейлей. Их приготовление – это целое искусство. От правильно приготовленного коктейля зависит, придет гость в следующий раз или нет. В современной барной карте присутствуют как авторские коктейли, так и стандартные.

Бары бывают самостоятельными заведениями или входить в состав ресторанов или гостиниц. Бар при отеле — интересный формат сотрудничества бара и гостиницы. Такой бар, как правило, расположен в изолированном помещении отеля, это не обычный лобби-бар,

---

[1] *Шимановский В. Ф* Питание в туристском путешествии. Москва: Профиздат, 2015. С. 130.

[2] *Барула А. Р.* Сцена для бармена. Москва, 2015. С. 81.

располагающийся у ресепшена, в котором можно выпить виски с содовой или немудреный аперитив, но отличное заведение с бар-менеджером и качественной коктейльной картой[1]. При отеле может быть несколько баров. Количество баров зависит от уровня гостиницы, назначения, вместимости. В последнее время обустраивать бары очень модно, так как в гостиничном баре можно расслабиться. Это место идеально подходит для общения: делового и ради удовольствия. Отелю выгодно его содержать: продажа напитков дает гораздо больше прибыли, чем пищевых продуктов.

В больших отелях обустраивают бары разного типа[2]:

- Вестибюльный бар – удобное место для встреч. Расположен на территории вестибюля. Представляет из себя небольшую стойку, минимум стульев, витрину.
- Ресторанный бар – обустраивается или в основном зале, или рядом с вестибюлем.
- Вспомогательный бар – его еще называют дополнительным, обустраивают в самом здании, на этажах. Очень удобен при обслуживании в номерах.
- Банкетный бар – оборудуется в банкетном зале.
- Бар при бассейне – обычно оборудуется в курортных отелях.
- Мини-бары – маленькие бары с холодильниками, устанавливаются в гостевых комнатах.
- Ночные бары – с кабаре и танцами, сочетаются с выпивкой.
- Спортивные бары – становятся все более популярны. Многие спортивные бары имеют всевозможные атрибуты: плавательный бассейн, зал для спортивных игр, футбольное поле, спутниковое телевидение, передающее спортивные программы.

---

[1] *Чудновский А. Д.* Туризм и гостиничное хозяйство: учебник. Москва: ЮРКНИГА, 2015. С. 365.

[2] *Агафонова Л. Г.* Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес: ценообразование, конкуренция, государственное регулирование: учебное пособие. Москва: Знание, 2016. С. 212.

Бары, которые являются самостоятельным заведением или располагаются в отдельном зале ресторанного комплекса, могут быть следующих видов:

- Национальные бары (ирландские, немецкие, чешские и др.) имеют меню блюд и напитков, характерных для этих стран. В оформлении интерьера присутствует национальная символика. Персонал часто работает в национальных костюмах и должен хорошо разбираться в истории и традициях родины этих баров, в особенностях национального винопития.
- Коктейль-бар уже своим названием ориентирует гостей на заказ коктейлей. Поэтому карта должна быть разработана профессиональными коктейльмейкерами, а процесс их приготовления и подачи доведен до совершенства. Без популярных и эксклюзивных коктейлей представить себе такой бар нельзя. Ассортимент бара должен быть подобран таким образом, чтобы спиртные напитки, входящие в состав коктейлей, были интересны гостям и в чистом виде[1].
- Пивной бар – это самостоятельное заведение. Часто его называют пабом на английский лад. Его ассортимент изобилует большим выбором пива и закуски к нему. Клиентов могут обслуживать, как за барной стойкой, так и за отдельными столами. Пивные бары специализируются на продаже пива в разлив и марочного пива в бутылках (2 — 3 вида). Пиво в разлив отпускается, как правило, с использованием специальных стоек и кранов-дозаторов, к которым оно подается из стационарных или сменных емкостей[2]. К пиву предлагаются различные закуски несложного приготовления. Продажа алкогольных напитков здесь не допускается. В залах устанавливают деревянные четырех- и шестиместные столы, стулья, табуреты, лавки разного вида. Около барной стойки могут быть высокие стулья на металлическом каркасе с вращающимися сиденьями. Если пивной бар имеет большую рентабельность, торговый зал комплектуется как зал ресторана (скатерти,

---

[1] *Любецкая Т. Р.* Барное дело: учебник. Москва: Дашков и К, 2018. С. 32.
[2] *Смаков А. А.* Английский ресторан с пивным баром: доклад. Москва, 2015. С. 135.

полотняные салфетки и подобающая сервировка), что приближает его к названию «пивной ресторан»[1].

- Винный бар можно назвать рестораном. Сюда приходят ценители вина, употребление которого дополняется заказом горячих и холодных блюд. Иногда в таких заведениях подается пиво, но это больше необходимость, чем поддержка концепции заведения. Винные бары наиболее популярны среди других видов баров. Если бар работает при ресторане, он может быть предназначен для встречи гостей перед началом приемов. В барах используют стойки прямые или волнистой формы[2]. Около стойки, как правило, стоят табуреты с вращающимися сиденьями. Прямые стойки подчеркивают деловую функцию бара; стойки в виде подковы или волнистой формы создают менее официальную обстановку.

Винные бары в гостиницах нередко работают круглосуточно. Иногда бар размещается при входе в большой ресторан. В этом случае он играет роль бара-аперитива, места сбора гостей, проведения деловых переговоров и коротких встреч. Подобные бары должны обеспечивать высочайший уровень обслуживания, так как являются лицом всего предприятия. Здесь продают вино-водочные изделия, легкие закуски.

- Кофейный бар (кофейня) предлагает посетителям широкий ассортимент кофейных напитков. В настоящее время в кофейне посетителям предлагаются разнообразные прохладительные и алкогольные напитки, а также черный, зеленый, фито (настоянный на травах) чай. Ассортимент холодных блюд и закусок, вторых блюд и десертов должен быть оригинальным и отличаться от меню ресторанов и кафе. Современным направлением развития кофеен стали интернет-кафе, в которых посетители могут воспользоваться компьютерами, имеющими выход в интернет, за фиксированную плату или бесплатно.

---

[1] *Смаков А. А.* Английский ресторан с пивным баром: доклад. Москва, 2015. С. 135.

[2] *Богушев В. И.* Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: учебное пособие. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2015. С. 233.

- Гриль-бар – это западное новшество, которое стало распространенным в России. Оно может существовать самостоятельно или же быть частью ресторана. Как правило, гриль-бар находится на террасах у ресторана или имеет отдельный огороженный участок, выступая как самостоятельное заведение. В нем предлагается курица-гриль, шашлык, бифштексы, рыба-гриль. Работники у барной стойки выполняют функции повара, так как им приходится готовить блюда перед посетителями. Гриль-бары удобны тем, что здесь можно быстро и обильно поесть, а еду готовят на глазах у посетителей. Оборудование вынесено в торговый зал. За стойкой бармена расположено различное тепловое оборудование: гриль, рашпер, бройлер. Бармен готовит заказанные блюда и обслуживает посетителей.

Такие бары размещают в больших гостиницах, в зонах массового отдыха и в туристических комплексах, на центральных улицах городов. Меню таких баров отличается обилием блюд из мяса, рыбы и птицы[1].

- Лаунж-бар получил свое название от английского lounge – гостиная, комната для отдыха. Обычно он находится в особой изолированной лаунж-зоне, где звучит мелодичная легкая музыка, горят свечи или работает приглушенное освещение, а публика располагается на удобных мягких диванах и креслах за низкими – «журнальными» – столиками. Такая обстановка способствует спокойному отдыху и не мешает беседе. Чаще всего лаунж-бар предлагает коктейли и другие легкие напитки, как правило, в нем имеется большой выбор дорогого качественного алкоголя[2]. Но ничего не мешает сделать лаунж-бар, например, винным или даже безалкогольным. Идеальное место для лаунж-бара – зона, примыкающая к ночному клубу или ресторану. Здесь гости могут собраться и провести время перед вечеринкой или после нее. Он станет удобным местом и для тех, кто захочет уединиться

---

[1] *Агафонова Л. Г.* Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес: ценообразование, конкуренция, государственное регулирование: учебное пособие. Москва: Знание, 2016. С. 212.

[2] *Волкова И. В.* Ресторанный бизнес в России: учебное пособие. Москва: Дело, 2015. С. 314.

или просто отдохнуть от громкой музыки дискотеки и суеты. Лаунж-бар может стать прекрасным местом для проведения частных и тематических клубных вечеринок. Он может трансформироваться – днем работать как кафе, а вечером превращаться в изысканное закрытое заведение.

- Диско-бар предлагает напитки танцующей публике. Бары такого типа устраивают не только на дискотеках, но и в клубах, где танцы – одно из главных развлечений публики. Обычная программа клуба дополняется «живыми» выступлениями музыкальных групп и различного рода шоу. Диско-бар обслуживает большой поток активных людей, поэтому работа персонала должна быть отлажена до автоматизма и оптимизирована за счет рациональной организации рабочих мест[1]. Как правило, в карту диско-бара включаются самые известные напитки, а коктейльное предложение состоит из небольшого числа популярных и нескольких оригинальных позиций. Они должны быстро готовиться, отличаться освежающим вкусом и эффектной подачей. Меню в диско-баре не предполагается или ограничивается элементарными закусками (сухарики, орехи, чипсы).
- Лобби-бар (от англ. Lobby – «вестибюль») располагается на первом этаже гостиницы, недалеко от стойки администратора. Как правило, лобби-бары открыты круглосуточно. Кроме контактной барной стойки, в зоне лобби-бара обычно находится мягкая мебель, дополняемая кофейными столиками и стульями. Лобби-бары организуют в изолированных помещениях или на территориях, выделенных из холлов гостиниц с помощью колонн, растений, фонтанов[2].

Лобби-бар ориентирован на обслуживание не только постояльцев отеля, но и посетителей, в нем не проживающих. Он является местом встреч и ожиданий. Посетителям баров предлагают развлечения, самые распространенные среди которых пресса, живая музыка и телевизор.

---

[1] *Макалевич Р. К.* Управление рестораном:. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. С. 421.

[2] *Усов В. В.* Организация обслуживания в ресторане: учебное пособие. Москва: «Высшая школа», 2016. С. 138.

Бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса – «люкс», высший и первый[1].

Бары класса «люкс» и высшей категории характеризуются высоким уровнем архитектурно-художественного оформления зала, их технического оснащения. В ассортимент напитков должны входить как отечественные, так и зарубежные изделия, а в ассортимент блюд – блюда фирменного приготовления[2].

Штат баров «люкс» и высшей категории укомплектовывают высококвалифицированными метрдотелями, барменами, официантами.

Бары первой категории предлагают посетителям комфортность интерьера, выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд, закусок и напитков несложного приготовления – коктейли. Обслуживание посетителей – барменами и официантами.

К функциональным особенностям барменского искусства относятся три стиля обслуживания клиентов: классический стиль, фристайл и так называемый спидмиксинг.

Отличительными чертами классического стиля является строгость подачи информации и консервативность. Эти два критерия отражаются не только в манере обслуживания клиентов, но и во внешнем стиле бармена. Зачастую классический стиль не является основным, а носит дополнительных характер.

Классический стиль обслуживания характерен для элитных заведений европейского образца. Бармен с идеальными манерами, правильной речью, настоящий профессионал своего дела с приятной улыбкой и привлекательной внешностью. Также выполнение своих профессиональных обязанностей бармен должен производить в строгом порядке, без импровизации[3].

---

[1] *Макалевич Р. К.* Управление рестораном: учебник. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. С. 412.

[2] *Там же.*

[3] *Хмырова С. В.* Ресторанный маркетинг: учебное пособие. Москва: ЮНИТИ, 2016. С. 97.

Полной противоположностью классическому стилю обслуживания является фристайл, для которого характерна неординарная манера создания коктейлей, импровизированная подача и нестрогий дресс-код. Бармен может выполнять различные цирковые и театральными трюки (жонглирование коктейлями, фейерверки и переодевание).

Последний, самый новый стиль барменского искусства – спидмиксинг. Главное отличие данного типа от двух вышеперечисленных – это максимально быстрое выполнение заказа (создание коктейля) и его подача в дружеской обстановке.

Так как бары реализуют алкогольную продукцию, для этой деятельности есть ряд ограничений.

В России процедура начала предпринимательской деятельности, в том числе и открытия заведения общественного питания формата «бар» максимально упрощена – разрешительный порядок заменен на уведомительный: чтобы открыть бар не нужно получать разрешения, а достаточно уведомить органы Роспотребнадзора о начале предпринимательской деятельности[1]. Однако это не означает, что можно не соблюдать установленные законодательством требования.

Плановая проверка Роспотребнадзора проводится через три года после открытия заведения. Не позднее, чем за три дня до проверки контролирующие органы высылают распоряжение на проверку, в нем указаны все акты, по которым будет проводиться плановая проверка[2].

Внеплановая проверка проводится сразу после первой жалобы. Так что в интересах предпринимателей соблюдать все требования, чтобы посетителям и жителям близлежащих зданий не пришло в голову жаловаться.

---

[1] *Коктейльный* тур в городе Екатеринбурге. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://tyr66.ru/catalog/turfirmy_ekaterinburga/49283-ooo-kokteil-tur

[2] *Иванникова Е. И.* Барное дело: учебник [Текст] / Е. И. Иванникова, Т. В. Иванникова, Г. В. Семенова. Москва: ACADEMA, 2016. 325 с.

Также необходимо соблюсти противопожарные требования: сделать план эвакуации, обзавестись средствами пожаротушения и др[1].

Начиная с 01.01.2016 каждая организация общественного питания, занимающаяся реализацией спиртосодержащей продукции, обязана фиксировать факт приобретения бутылки (или иной потребительской тары) у поставщика через ЕГАИС. ЕГАИС (Единая государственная автоматизированная информационная система) — автоматизированная система, предназначенная для государственного контроля за объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции[2]. Проводить продажи через ЕГАИС обязаны осуществлять только организации, занимающиеся розничной продажей алкоголя.

Условия продажи алкоголя - это, пожалуй, самая важная информация, с которой стоит ознакомиться перед организацией такой торговли. Алкогольные напитки не должны быть доступными в любом месте и в любое время.

Алкоголизм развивается быстро и незаметно, что особенно опасно для детей и женщин. И если для торговцев алкоголем большие объёмы продаж – это прибыль, то покупатели таких напитков за неумеренное его потребление расплачиваются своим здоровьем. В соответствии с этим имеется ряд ограничений и запретов на продажу и реализацию алкогольной продукции:

- Запрещено продавать алкоголь в следующих объектах и прилегающим к ним территориям:
  - детские, образовательные и медицинские учреждения;
  - спортивные и культурные объекты;
  - общественный транспорт всех видов и его остановки;
  - АЗС;

---

[1] *Технический* регламент о требованиях пожарной безопасности: Федеральный закон от 22.02.2008 №123-ФЗ // Российская газета. 1996. 3 декабря. № 231. С. 13.

[2] *Макалевич Р. К.* Управление рестораном: учебник. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. С. 212.

- рынки, вокзалы, аэропорты и другие места массового скопления граждан (за исключением предприятий общепита);
- военные объекты.

- Алкоголь может продаваться только в стационарных торговых объектах, поэтому здание должно иметь фундамент и быть внесено в реестр недвижимости. То есть, такие временные сооружения, как ларьки и киоски, не подходят для продажи пива, исключение – предприятия общепита. Что касается площади торгового объекта, то если кроме пива продаётся крепкий алкоголь, то действует ограничение:
  - не менее 50 кв. м. в городах
  - не менее 25 кв. м. в сельской местности[1].

При торговле только пивом ограничений по площади не установлено.

- Категорически запрещена продажа алкоголя несовершеннолетним. За продажу алкогольной продукции в этом случае предусмотрено административное наказание:
  - продавец – от 30 до 50 тысяч рублей;
  - должностное лицо (ИП или руководитель организации) – от 100 до 200 тысяч рублей;
  - юридическое лицо – от 300 до 500 тысяч рублей;

При любых сомнениях в возрасте покупателя продавец должен запросить документ, удостоверяющий личность.

- С 1 января 2017 года запрещено производство и оптовая торговля, а с 1 июля 2017 года – и розничная продажа пива, разлитого в пластиковую тару объемом свыше 1,5 литра. Штрафы за нарушение: от 100 до 200 тысяч рублей для ИП и от 300 до 500 тысяч рублей для юридических лиц.

- Дополнительные ограничения при продаже алкоголя могут устанавливать местные власти.

---

[1] *Макалевич Р. К.* Управление рестораном: учебник. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. С. 212.

Следовательно, бар – понятие многогранное, с классификацией по месторасположению, виду подаваемых напитков, типу обслуживания, типу развлечений. Главное действующее лицо в баре – это бармен, от него зависит качество подаваемых напитков и скорость подачи. Так как в барах подают алкоголь – на деятельность этих заведений распространяются определенные ограничения. Из-за высокой конкуренции бары становятся более оригинальными, с тщательно продуманной концепцией, чтобы была возможность удивить даже самого искушенного потребителя.

2. БАРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВИД ТУРИЗМА

Само понятие баров и барной культуры пришло к нам из Америки. Примерно двести лет назад, во время освоения Дикого Запада, в маленьких городишках строили небольшие заведения, в которых посетители могли выпить алкогольные напитки и поесть. Основное место в ассортименте таких заведений занимали кофе и алкогольные напитки, которые со временем научились смешивать, чтобы как-то разнообразить довольно скудное меню[1]. В маленьких городках самыми популярными местами встреч были бары, церкви и рынки. Кроме того, в питейных заведениях назначали встречи, заключали сделки, играли в азартные игры. Одним словом, бары совмещали в себе развлекательную и деловую функции, туда приходили, чтобы узнать последние новости города и мира, посмотреть развлекательную программу.

Сегодня трудно себе представить город, в котором бы не было бара. Они все так же выполняют развлекательную и деловую функции, в них обсуждаются серьезные сделки и встречаются влюбленные и друзья, проходят развлекательные мероприятия, туда просто приходят люди, чтобы отдохнуть после напряженного дня.

В разных странах барная культура отличается. В Америке больше принят расслабленный стиль, неторопливый бармен смешивает традиционные коктейли. С ним можно пообщаться на самые разные темы. В европейских заведениях такого типа бармены встречают клиентов как своих друзей, могут рассказать клиентам о своих проблемах, поинтересоваться его делами. Обстановка в барах Европы скорее напоминает домашнюю, в заведениях царит уютная и спокойная атмосфера. Европейский стиль барменского искусства предполагает применение необычных, экзотических

[1] *Милковский А. В.* Барное дело: учебное пособие. Киев: Кондор, 2015. С. 14.

составляющих[1]. В барах, услуги которых предлагают отели в Черногории, принят европейский стиль барной культуры. Бармены предлагают на выбор огромное количество всевозможных алкогольных напитков, коктейлей. Кроме того, бармен предложит кофе, приготовленное по множеству рецептов, свежие соки, фрукты и богатый выбор различных сладостей[2].

В последнее десятилетие барная культура в России бурно развивается. Об этом свидетельствует не только количество открываемых заведений, но и рост спроса на дорогие, благородные напитки. В этой связи становится интересен взгляд на этот процесс с той стороны барной стойки.

Барменская Ассоциация России была основана в 1992 году и является единственной в России организацией, объединяющей барменов и официантов, зарегистрированной на международном уровне. На сегодняшний день Барменская Ассоциация объединяет свыше 7 500 специалистов, работающих в ресторанном бизнесе. Ассоциация имеет свои представительства в 53 городах России[3].

Барменская Ассоциация России регулярно получает информацию о новшествах в барном деле, а также обо всех мероприятиях, устраиваемых Международной Ассоциацией Барменов. Вступление в члены Международной Ассоциации Барменов, позволило России принимать участие во всех Чемпионатах Мира среди барменов и во всех международных обучающих программах.

Международная Ассоциация барменов занимается созданием Центров подготовки кадров, организует международные курсы, конкурсы, которые позволяют объединить работников данной сферы. На данный момент в Международную Ассоциация барменов входит 52 страны. Ежегодно Ассоциации проводит съезд представителей всех стран и ассоциативных

---

[1] *Кучер Л. С.* Ресторанный бизнес в России: учебное пособие. Москва: ТрансЛит, 2017. С. 96.

[2] *Архипов В. В.* Барное дело: учебное пособие. Киев: «Центр учебной литературы», 2016. С. 53.

[3] *Любецкая Т. Р.* Барное дело: учебник. Москва: Дашков и К, 2018. С. 32.

партнеров. В рамках съезда проводится ежегодный чемпионат мира среди барменов.

Следует заметить, что процесс профессионального приготовления и подачи коктейля - это не только наука, но и своего рода искусство. Прошли времена, когда человек за барной стойкой механически, с безучастным видом что-то смешивал в шейкере и с тем же равнодушием отпускал заказанную порцию. Теперь во многих заведениях барам придается все большее значение. Они рассматриваются не только как место, где продаются напитки, но и как своеобразная эстрадная площадка, где главное действующее лицо - бармен, один или вместе с ведущим и ди-джеем, способен показать цельную, яркую и красочную программу, полноценное шоу, чаруя посетителей открытостью, виртуозностью, сноровкой. Благодаря такому подходу создается определенный имидж бара, ресторана, ночного клуба, множатся ряды их завсегдатаев.

Активно развиваются такие направления в барном деле как: классика, скоростное приготовление коктейлей и флейринг. По этим направлениям проводятся конкурсы Международной Ассоциацией Барменов и Российской Барной Ассоциацией.

Классика (free classic style) - бармены показывают умение приготовить коктейли собственной рецептуры на основе каких-либо напитков, в четком соответствии с установленной рецептурой и правилами подачи[1].

Скоростное приготовление коктейлей (speed mixing & pour test) - это направление, когда барменам необходимо приготовить определенное количество коктейлей на основе определенных напитков за ограниченное время и сделать точный налив на глаз[2].

Флейринг (flairing) - в ходе приготовления фантазийного коктейля, происходит жонглирование бутылками, демонстрация акробатических

---

[1] *Архипов В. В.* Барное дело: учебное пособие. Киев: «Центр учебной литературы», 2016. С. 74.

[2] *Там же.*

номеров под музыку, превращая создание каждого коктейля в яркое и захватывающее шоу[1].

Развитие барного искусства и интерес рестораторов к коктейлям и культуре потребления смешанных напитков будет возрастать. Хорошая организация деятельности бара на предприятии дает свои положительные результаты в качестве увеличения прибыли и числа постоянных клиентов. Спрос потребителей к смешанным напиткам обусловлен большим их разнообразием по вкусу, подаче, способу приготовления и мастерству и виртуозностью бармена в процессе приготовления.

Размер и разнообразие гостиничных рынков отражается также в количестве и типе гостиничных баров - основных торговых точек гостиницы, где подаются напитки. В маленькой гостинице один бар может обслуживать как гостей, так и посетителей со стороны, тех, кому хочется просто выпить; один и тот же бар может также поставлять напитки в ресторан и для приемов; еда может подаваться в баре в дополнение к напиткам. В более крупных гостиницах может быть бар для гостей, возможно, в сочетании с гостиной с телевизором, баром в гостиной, баром для коктейлей или баром в ресторане, отдельными барами, обслуживающими приемы[2].

Бары гостиницы должны находиться под постоянным неусыпным надзором ресторанных менеджеров. В гостиничном баре гости отдыхают после напряженного дня. Это место идеально подходит для общения - делового и ради удовольствия. Отелю крайне выгодно его содержать: продажа напитков дает гораздо больше прибыли, чем продажа пищевых продуктов. В зависимости от своего размера отель может иметь несколько баров разного типа. Например, вестибюльный, ресторанный, мини-бары или даже ночной клуб.

---

[1] *Архипов В. В.* Барное дело: учебное пособие. Киев: «Центр учебной литературы», 2016. С. 74.

[2] *Барула А. Р.* Сцена для бармена. Москва, 2015. С. 126.

Гостиничные бары страдают от тех же проблем, что и другие. Директор пищевого комплекса должен ставить их под жесткий контроль и строго взыскивать за отступления от установленных правил. Самые неприятные проблемы связаны с прямой обязанностью баров - продавать спиртные напитки. В современном правовом государстве нельзя забывать о том, что ответственность за культуру потребления спиртных напитков несут в первую очередь те, кто продает их. В больших отелях обычно имеется несколько баров разного типа[1].

- Вестибюльный бар - удобное место для встреч. При правильном руководстве этот бар может стать хорошим источником прибыли.
- Ресторанный бар - укромное местечко, в котором приятно очутится после сутолоки вестибюля. Традиционно бар является одним из самых притягательных элементом интерьера современных ресторанов.
- Вспомогательный бар. В некоторых очень больших отелях необходим дополнительный бар, представляющий собой торговую точку, расположенную где-нибудь в глубине здания. Если его нет, при обслуживании в номерах и в ресторане сотрудники будут вынуждены пользоваться запасами одной постоянной торговой точки, например, ресторанным баром.
- Банкетный бар. Этот бар используется исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Поскольку эти мероприятия обычно связаны с одновременным обслуживанием множества людей, часто в разных точках помещения ставится несколько временных столиков с бутылками[2]. Банкетные бары требуют строгого контроля за посудой: бутылки должны быть пересчитаны немедленно вслед за окончанием мероприятия и, если бармены слишком заняты, менеджер должен пересчитать выручку до

---

[1] *Волкова И. В.* Ресторанный бизнес в России: учебное пособие. Москва: Дело, 2015. С. 301.

[2] *Чудновский А. Д.* Гостиничный и туристический бизнес: учебное пособие. Москва, 2016. С. 228.

закрытия бара. Закрытие временных баров, установленных в разных местах помещения, делается одновременно, чтобы предотвратить попытки мелких хищений.

- Бар при бассейне. Курортный отель немыслим без бассейна и бара при нем, где гости мот расслабиться с бокалом экзотического коктейля в руке. Курортные отели, специализирующиеся на обслуживании конференций, частенько организуют в баре при бассейне тематические вечеринки.
- Мини-бары - маленькие бары с холодильником в номерах, чтобы гость не чувствовал недостатка в любых напитках в любое время. Ключ от мини-бара обычно вкладывается в пакет, который гость получает в службе приема и размещения. Если гость не собирается пользоваться баром, он этот ключ может не брать. Обычно запасы напитков пополняются в мини-баре ежедневно. Стоимость выпитого автоматически включается в счет, контроль за содержанием мини-бара осуществляют в больших гостиницах работники специальной службы «Мини-бар - контроль».

Таким образом, бары являются важным источником доходов гостиницы, а также можно сказать, что бар является неотъемлемой частью гостиничной индустрии.

Барный тур, или иначе называемый паб кроул - это мероприятия, в которых участники переходят из одного бара в другой пешком или на машине, или устраивают необычные поездки на автобусах или лимузинах для вечеринок[1]. Как и многие приятные традиции, бархоппинг, дринк-марафон, паб-кроул или просто тур по барам зародился в Европе. Уже пару веков такие походы устраиваются там по различным важным событиям и праздникам. В принципе, повод тут особо не важен. Главное условие паб кроула — посетить за вечер как можно больше заведений. Блюстители

[1] *Ефимова Н. Е.* Гостиницы и рестораны: учебное пособие. Москва: Книгодел, 2017. С. 52.

традиций добавляют к этому правило пить только фирменный напиток места, а ценители коктейлей исключают бары среднего уровня сервиса.

В разных городах по всему миру задумывались о том, как сделать такие барные путешествия более увлекательными. У каждого бара были свои собственные ликерные предложения, чтобы посетители могли по-настоящему наслаждаться множеством вкусов. Напитки включали пиво, текилу, виски, вина и многое другое[1].

Главная цель барного тура – познакомить туристов и местных жителей с барной культурой. Сломать стереотип, что в бар можно ходить только, чтобы напиться. Получить положительные эмоции можно не благодаря результату действия алкоголя на организм, а благодаря процессу потребления. Алкоголь – не только градусы, но еще и вкус, который можно изменять благодаря дополнительным ингредиентам.

Туры по барам могут быть спонтанными и организованными[2].

Спонтанный поход — это, как правило, просто поход друзей по барам в пятницу вечером; приуроченными к событию — обычно это праздник типа Дня св. Патрика или Хэллоуина, а также способ отметить «мальчишник» или «девичник», день рождения, получение диплома или любое другое событие. Иногда это может быть действительно спонтанный поход только что познакомившихся в каком-нибудь баре людей и решивших продолжить веселье в другом заведении.

Организованные походы могут быть как однократными, так и регулярными. При этом они могут быть некоммерческими и организованы как в режиме флешмоба, так и коммерческими, являющимися в крупных городах для местных жителей и туристов развлечением под руководством гида или способом пройтись по «нетуристическим» местам.

Организованные туры бывают специализированными[1]:

---

[1] *Барные* туры всего мира. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.toursandcrawls.com/baltimore_home

[2] *Ефимова Н. Е.* Гостиницы и рестораны: учебное пособие. Москва: Книгодел, 2017. С. 52.

- Коктейльные туры
- Пивные
- Винные и другие

Формат барных туров также бывает разный:

- Сабкроул – связан с перемещением на метро. Участники едут по какой-нибудь линии метро, выходя на станциях и выпивая в барах.

Одним из таких сабкроулов является мероприятие, устраиваемое в Лондоне выходцами из Новой Зеландии, празднующими день основания страны. Они едут по кольцевой линии, выходя на каждой станции и выпивая в барах. Катаются на метро и пабкроулеры из шотландского Глазго[2].

- Событийные барные туры – посвященные какому-либо событию или празднику.

В канун Рождества в Нью-Йорке проходит СантаКон – фестиваль, в который люди наряжаются в Санта Клаусов. Самый масштабный СантаКон собрал 30 тысяч людей, переодетых Санта-Клаусами. Барное путешествие СантаКон возникло в Сан-Франциско в 1994 году и с тех пор распространилось в 300 городов в 44 страны, включая Нью-Йорк, Лондон, Ванкувер, Белфаст и Москву. Нью-Йоркский СантаКон является крупнейшим, в нем участвует более 30 000 человек. Там же это мероприятие подвергли критике за беспорядки и драки на улицах. Однако власти приняли решение оставить это мероприятие как народную традицию[3].

- Квест. Например, в Лондоне проходит барный тур в виде квеста по местам из игры монополия[4].

- Знакомство с городом. Туристы посещают бары в разных местах города, по пути знакомясь с различными достопримечательностями.

---

[1] *Ефимова Н. Е.* Гостиницы и рестораны: учебное пособие. Москва: Книгодел, 2017. С. 54.

[2] *Смаков А. А*. Английский ресторан с пивным баром: доклад. Москва, 2015. С. 133.

[3] *Барные* туры всего мира. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.toursandcrawls.com/baltimore_home

[4] *Смаков А. А*. Английский ресторан с пивным баром: доклад. Москва, 2015. С. 133.

- Вечеринка. Маршрут предполагает заведения, специализирующиеся исключительно на формате клубов, с наличием танцевальной музыки, с определенным дресс-кодом.

Итак, барная культура в России бурно развивается. Высокими темпами открываются новые заведения, растет спрос на дорогие и благородные напитки. Активно развивается и барное дело, по некоторым направлениям проводятся международные соревнования.

Сейчас почти при любой гостинице существует бар, он может быть отдельным заведением или частью ресторана. Соответственно он является неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Некоторые бары становятся знаковыми в городе, что привлекает не только местных жителей, но и туристов. Вследствие этого развивается такое направление туризма как барный туризм. Такие туры могут быть как спонтанные, так и специализированные, направленные на определенные напитки.

3. БАРНЫЙ ТУРИЗМ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

До советской эпохи люди могли покупать вино и спиртные напитки в кабаках. Несмотря на их важность для определенных слоев населения, эра кабаков завершилась русской революцией 1917 года; после прихода к власти большевиков они предприняли первую из нескольких бесплодных попыток искоренить алкоголь и закрыли большинство питьевых заведений страны.

После Второй мировой войны начали появляться питьевые заведения. Они были чем-то средним между баром и кафе и назывались пивная (от русского слово пиво) или рюмочная. Помимо алкоголя, они подавали в баре закуски, в том числе маринованные овощи, бутерброды с колбасой и «канапе из сельди» - консервированную сельдь на ржаном хлебе[1].

Они привлекли широкую клиентуру. Рюмочная была местом, где можно было отступить от социальной лестницы, местом, где рабочий мельницы и правительственный чиновник могли «тереть локти» - и они часто удобно располагались по дороге домой с работы, возле станций метро.

Как и старые кабаки, рюмочные часто были переполнены. У них не было стульев или столов, и их прибыльность зависела от быстрого оборота.

Рассматривая статистику количества баров и ресторанов за последние несколько лет в России, можно сделать вывод, что их количество очень быстро растет. Предложений много и становится только больше с каждым годом, а значит, спрос на бары не спадает (Таблица 1)[2].

Таблица 1

Число ресторанов, кафе, баров и мест в них (на конец года)

	2011	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*
Число ресторанов, кафе, баров	63505	66462	70275	76367	78661	80601	82429
В них мест, тыс.	3359,7	3588,6	3832,4	4169,9	4306,2	4360,4	4388,0

[1] *Новгородцева М. А.* Особенности работы советских рюмочных. Москва, 2016. С. 33.

[2] *Федеральная* служба государственной статистики. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/

Загружая карту Екатеринбурга и фильтруя поиск по слову «бар» можно увидеть, что вся карта переполнена различными заведениями, маленькими и большими, известными и не очень, находящиеся как в центре, так и на окраине. В этом многообразии легко запутаться, и грамотно составленный, проанализированный барный тур может помочь туристу посетить только самые лучшие заведения и познакомиться с барной культурой.

В Екатеринбурге существуют организации, которые разрабатывают и организовывают поход по барам. К таковым можно отнести «ЕКБ "ПапаPub" в Екатеринбурге. Команда «ЕКБ "ПапаPub" организовывает не просто тур, а целую вечеринку. Туристам предлагается посещение пяти различных баров, обладающих оригинальной концепцией и фирменными напитками, комфортный трансфер, бесплатные дегустации, фото отчет, живые концерты, подробные консультации барменов и новые знакомства[1]. Данный тур проводится примерно раз в 2 месяца.

Так же, организация Anti-Boring Ekaterinburg (Анти-Скучный Екатеринбург) представляет мероприятие «Pub Crawl», которое проходит каждый год осенью. Обычно эти мероприятия проходят следующим образом: группа людей в один вечер путешествует по различным барам, пабам и клубам, узнавая город с новой, не туристической, стороны, исследуя новые места, встречая интересных людей. Основное преимущество участия в PubCrawl – это скидки и бесплатные напитки от всех посещаемых заведений. Каждому участнику мероприятиях выдается бесплатная фирменная футболка от организаторов, а также на протяжении всего мероприятия работает профессиональный фотограф.

Проанализировав деятельность данной компании, можно сказать, что они делают выборку лучших предложений на рынке и презентуют ее конечному потребителю. Также они доносят до участников концепцию заведения – а это то, что очень часто теряется на пути от владельца к

---

[1] *Коктейльный* тур в городе Екатеринбурге. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://tyr66.ru/catalog/turfirmy_ekaterinburga/49283-ooo-kokteil-tur

клиенту. Хозяин бара строил, придумывал, старался, но понимание концепции, проходя через фильтр менеджеров, барменов, официантов, средства массовой информации, искажается. Они простым языком объясняют, в чем «фишка» заведения, почему они считают его достойным внимания, на какие коктейли стоит обратить внимание.

Данные организации работают сами на себя, не сотрудничая с туристическими агентствами. Предложений барных туров от турагентств в Екатеринбурге нет.

На основании интервью со специалистом туристического агентства, бар-менеджером (Интервью находятся в Приложении 1), в так же проведенного опроса (анкета-опросник приведена в Приложении 2), в котором участвовало 52 респондента, среди них мужчины (36,5%) и женщины (63,5%), возрастом от 19 до 43 лет сделаны следующие выводы: уровень осведомленности населения о понятии «барный туризм» достаточно низок, всего 26,9% опрошенных знакомы с данным понятием, 73,1% респондентов ранее о таком не слышали. Это говорит о том, что рынок предложений очень скуден и его необходимо развивать.

Доводилось посещать барный тур всего лишь 9,6% опрошенных, т.е. люди даже если и слышали о понятии барного туризма, то сами участия не принимали. Среди тех, кто посещал такое мероприятие большинство ограничивались туром в черте одного города, либо в другой стране, по другим городам довелось пройтись лишь 2 респондентам (3,8%). Данный результат подтверждает идею о том, что барный вид туризма не развит.

78,8% опрошенных хотели бы принять участие в барном туре, 15,4% - не готовы в данный момент ответить на данный вопрос и лишь 5,8% респондентов не стали бы принимать участие в таком мероприятии. Это значит, что данное направление перспективно и желающих в нем участвовать будет много.

Большинство респондентов посещают молодежные бары, в которых проводятся дискотеки, развлекательные программы, а также бары,

совмещенные с клубом (48,1%), семейные рестораны посещает 30,8% опрошенных, а вот в классических барах часто проводят время лишь 17,3% опрошенных.

Большинство опрошенных заинтересовали бы молодежные бары, с элементами вечеринки и дискотеки, не менее популярными стали классические бары, семейные рестораны заинтересовали меньше всего человек. Следовательно, при выборе заведений – участников необходимо опираться на данную статистику.

Готовы уделить участию в барном туре от 6-и и более часов 38,5% опрошенных, от 4-х до 6-и часов – 42,3% опрошенных, от 2-х до 4-х часов – 19,2%. Следовательно, тур должен быть ограничен по времени и укладываться в средние временные рамки.

Принять участие в барном туре в компании друзей хотят 98,1% опрошенных, и лишь 1,9% респондентов готовы отправиться в барное путешествие с компанией незнакомых людей.

Большинство опрошенных готовы поучаствовать в барном туре, посвященным живой музыке, а также посетить национальные бары. Менее всего респондентов привлекло отсутствие тематики как таковой, а также спортивные бары.

На вопрос о виде перемещения между заведениями 42,3% опрошенных ответили, что предпочли бы ходить пешком. Следовательно, заведения должны располагаться достаточно близко друг к другу. 19,2% выбрали передвижение на микроавтобусе. Данный вид передвижения позволяет выбрать бары, которые находятся на большом расстоянии друг от друга. На общественном транспорте готовы отправиться 7,7% опрошенных, а вот передвигаться на такси предпочли бы 30,8% опрошенных. Но в случае барного тура вариант передвижения на такси не очень удобен, т.к. группа постоянно будет разделяться, а также этот вариант дороже.

Большинство респондентов в плане предпочтений напитков выбрали фирменные напитки заведений и новые напитки, которые ранее невозможно

было попробовать. Большую популярность имеет также вариант «классические коктейли по оригинальным рецептам». Следовательно, спрос идет на что-то необычное, новое, ранее неиспробованное.

В вопросе об оплате барного тура мнения очень сильно разнятся, градация сумм от 1000 рублей до 50000 рублей. Однако самые популярные суммы находятся в пределах от 2000 до 5000 рублей.

Веселое времяпрепровождение – самая популярная цель посещения барного тура у респондентов, а такие цели как знакомство с барной культурой, встречи с новыми людьми и возможность опробовать новые напитки имеют примерно одинаковое количество ответов и не сильно уступают веселому отдыху.

Так же необходимо обратить внимание на статистику доходов населения, средний показатель на душу в Свердловской области в месяц составляет 35289,00р[1]. За 2018 год на оплату услуг и покупку товаров уходит 74,9% всех доходов населения[2], что означает, что на развлечения остается малая часть от доходов. Это необходимо учесть при составлении маршрута.

Следовательно, при составлении маршрута необходимо уделить особое внимание на следующие параметры:

- концепция заведения, его уникальность,
- выбор предлагаемых напитков, соответствие их концепции заведения,
- общая тематика всего тура,
- временные промежутки на развлекательную программу и передвижение,
- способ перемещения туристов в соответствии с дальностью расстояния между заведениями,
- общая стоимость тура.

---

[1] *Федеральная* служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/

[2] *Там же.*

На основе проведенного исследования разработан тур «ЕКБарное путешествие».

Целевая аудитория данного тура – совершеннолетние люди, заинтересованные барной культурой, с уважением относящиеся к традициям и открытые к экспериментам.

Цель тура – знакомство с барной культурой Екатеринбурга.

Задачи:

- Познакомить туристов с историей возникновения напитков.
- Дать возможность продегустировать напитки на выбор.
- Рассказать о разных барных культурах.
- Знакомство с новыми людьми.
- Расширение личных и деловых контактов.

Заведения – участники тура: «New Bar», «Brut Bar», «Дом печати», «Old Fashioned Bar & Cocktails», «Aloha БичеZ».

Выбор данных заведений обусловлен оригинальной концепцией, наличием уникальных напитков и близость к центру города (Особенности заведений приведены в Приложении 3).

Способ передвижения участников – пешком. Расстояния между заведениями не превышают 1 километра.

Барный тур проводит экскурсовод. Его задача – познакомить участников тура с правилами безопасности во время участия в мероприятии, провести барный тур, познакомить туристов с концепцией заведений и с их особенностью, принимать активное участие в мероприятиях, читать лекции по истории напитков (в тех заведениях, где это предусмотрено), отвечать на вопросы туристов по теме тура, а также контролировать организационные моменты: перемещение туристов между заведениями, своевременное обслуживание гостей тура, при необходимости – оказать первую медицинскую помощь.

Экскурсоводу необходимо знать историю барного дела, состояние барного дела в Екатеринбурге, владеть историей создания баров –

участников маршрута, а также понимать их концепцию. Важными личностными качествами экскурсовода для барного тура являются большой уровень ответственности, открытость, дружелюбие, коммуникабельность, уравновешенность и интерес к барной культуре.

Цель любого туриста – узнать что-то новое и интересное, познать новую культуру и традиции, чему и способствует наличие опытного, грамотного и любящего свое дело экскурсовода. Именно он сможет наиболее красочно и интересно ознакомить туристов с барной культурой.

Начало мероприятия в 20:00, рассчитано на 6 часов. По одному часу на посещение баров, и один час выделяется на перемещение между ними.

1. Место встречи туристов – первое заведение «New Bar». New Bar – это уютное сердце Екатеринбурга, бар в мансарде под самой крышей, где над вами только небо. В интерьере бара тесно сплелись эстетика Америки 50-х и домашняя обстановка (Рис. 1.).

Рис. 1. Интерьер бара «New Bar»

New Bar – это заведение на любой вкус: здесь можно попробовать самые вкусные в городе коктейли, а также насладиться разнообразной

музыкой от лучших местных диджеев, посмотреть культовое кино или почитать книги. Бар стал площадкой для выступления знаковых музыкальных проектов Екатеринбурга и России в целом: Сансара, Курара, АлоэВера, Кирпичи и т.д. Каждый вторник проводятся джазовые джем-сэйшены, в которых принимают участие талантливые музыканты как из столицы Урала, так и гости со всей России и даже из других стран.

Программа тура включает в себя живую музыку – джазовое выступление, ведущего, конкурсы и дегустацию фирменного американского напитка – бурбона, в чистом виде или в виде коктейля по желанию. Рассказывается история этого напитка, рецептура приготовления, делается акцент на различие между шотландским и американским виски (бурбоном).

В чистом виде подается "Wild Turkey 101", яркий, мощный, гармоничный вкус этого бурбона наполнен оттенками ванили, меда, карамели, табака и тростникового сахара. Продолжительное послевкусие, в котором слышна легкая сладость и горькие ноты табака, отличается особой мягкостью. Стоимость 50 мл. – 350 рублей.

Так же, для дегустации подается бурбон «Maker’s Mark», Кукурузный виски имеет богатый, маслянистый и нежный привкус меда, древесины и сухофруктов, сильный аромат и сухое остро-сладкое послевкусие. Цена на напиток 50 мл. – 350 рублей.

Для тех, кто не готов опробовать этот напиток в чистом виде предлагается коктейль – «Brain Duster», состоящий из бурбона, ликера и ванильного сиропа. Стоимость данного коктейля так же 350 рублей.

К бурбону подается сыр и виноград. Стоимость закуски составляет 200 рублей.

2. Далее участники отправляются во второе заведение - «Brut Bar» (Рис. 2.).

Рис. 2. Интерьер бара «Brut Bar»

Открыт в далеком 2009 году, как первый и единственный профессиональный бар для любителей коктейлей. Основатель заведения – Торощин Роман Сергеевич – президент ассоциации барменов и большой знаток коктейльной культуры. Сейчас в меню представлен огромный ассортимент разнообразных коктейлей и миксов как с содержанием алкоголя, так и безалкогольных – выбирать можно из более чем 200 видов напитков. Коктейльная карта постоянно увеличивается. В заведении нет официантов – за баром и в зале работают только профессиональные бармены. Ребята прошли подготовку в лучшей барменской школе в России и имеют колоссальный опыт в приготовлении коктейлей. В этом баре проводятся индивидуальные мастер-классы по приготовлению напитков, предлагаются коктейли на выбор. Участникам будет предложена лекция экскурсовода об истории популярных алкогольных напитков и о культуре их употребления.

В меню представлена особая глава – TOP 15, в которой собраны лучшие коктейли данного заведения (Рис. 3.).

8 КОКТЕЙЛЬНАЯ КАРТА BRUT BAR

TOP'15

Испытай свою печень. Выпей за вечер 15 самых популярных коктейлей нашего бара и получи подарок – значок «Серебряная Печень»

Б-52	50/27%	250-00
НЕГРОНИ	200/27%	290-00
ЛОНГ-АЙЛЕНД АЙС ТИ	400/19%	430-00
МАЙ ТАЙ NEW	400/15%	320-00
СИНГАПУРСКИЙ СЛИНГ	350/16%	320-00
ДЖИН ТОНИК	250/15%	250-00
ЗОМБИ ДОНА БИЧКОМБЕРА	400/24%	580-00
ЦИТРУСОВЫЙ БРИЗ	400/7%	320-00
ЗОМБИ	400/12%	320-00
КЛОВЕР КЛАБ	100/23%	290-00
МОХИТО	250/14%	290-00
ХЭМИНГУЭЙ ДАЙКИРИ СПЕШЛ	150/20%	320-00
МАЙ ТАЙ	400/8%	290-00
АПЕРОЛ СПРИТЦ	400/17%	320-00
ВИШНЕВАЯ ЛУНА	400/7%	320-00

Рис. 3. Глава из меню «Brut Bar» - «TOP 15»

Здесь представлены как классические коктейли, так и оригинальные, придуманные барменами данных заведений. Цены на данные коктейли варьируются от 250 до 580 рублей, а бармены порекомендуют именно тот коктейль из списка, который максимально подходит под желание клиента. В данном баре представлена уникальная возможность «собрать» коктейль по своему вкусу, выбрав основу, характер, вкус и крепость напитка. В качестве закуски подается мясная тарелка, стоимостью 250 рублей.

3. Следующим заведением становится «Дом печати», расположенный в здании бывшей типографии «Уральский рабочий» -

памятнике конструктивизма. Это одновременно кафе с отличной кухней, бар с классическими и редкими напитками и коктейлями, концертный зал с модным музыкальным наполнением и неповторимым звуком и арт-пространство с ежедневно обновляющимся контентом, от лекций и кинопоказов до вечеров фортепианной музыки и светских чтений (Рис. 4.).

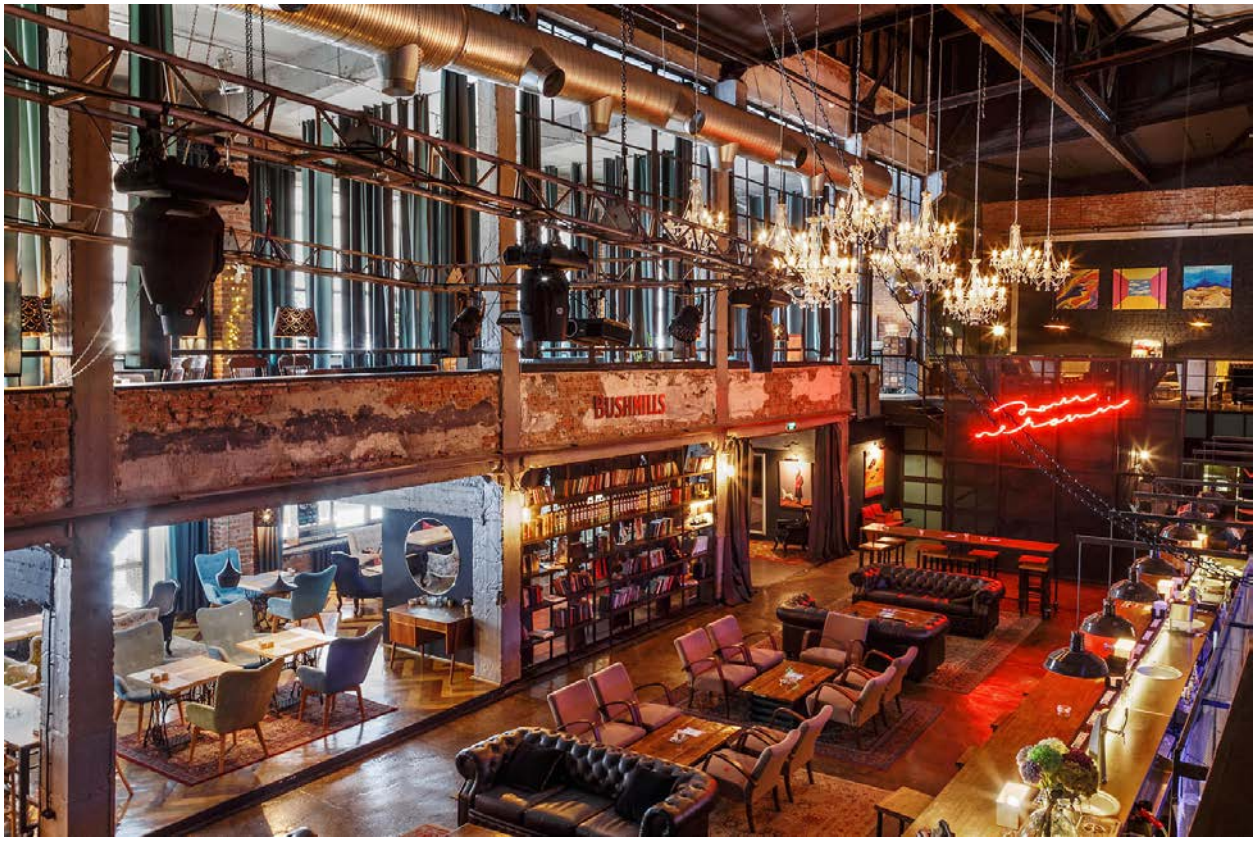

Рис. 4. Интерьер бара «Дом печати»

«Дом Печати» — космополитичное место с уютной атмосферой, молодым общительным персоналом и интеллектуальным флёром. Уикенд в «Доме Печати», как и всегда, обещает противостояния между клерками и фэшн-редакторами, марксистами и воротилами капиталов, антигероями и героями нашего времени, поклонниками выдержанного крепкого и любителями пива по 120, теми, кто голосует за Ройзмана и теми, кто не с пустыми носками, теми, кто набирает по 300 лайков в день и теми, кто столько ставит. Только здесь танцевальные па превращаются в мирные пакты!

В этом баре туристам предлагается изысканное меню вин и игристых напитков. Гостям предложат попробовать шампанское Veuve Clicquot, Brut

Вдова Клико, Брют) — визитной карточки дома Clicquot. Оно отличается изящным ягодным вкусом с легкими пряными нотками и насыщенным ароматом изюма и ванили. Такое шампанское подают в редких заведениях. Стоимость бокала такого шампанского – 500 рублей. К нему подаются фрукты.

В качестве развлекательной программы будут танцы, а для тех, кто не является поклонником данного вида досуга будет предложено посмотреть документальный фильм о производстве разных видов алкоголя.

4. Далее туристы отправятся в «Old Fashioned Bar & Cocktails». Old Fashioned – знаковое название. Так называется классический низкий бокал, который изначально использовался для сервировки крепких напитков со льдом. Чуть больше ста лет назад в нем начали подавать одноименный коктейль Old Fashioned из крепкого алкоголя, сахара, воды и биттера. Вечер в Old Fashioned может начаться с выставки в Галерее современного искусства и продолжиться неторопливой беседой в баре, который расположился на первом этаже Галереи. Если традиционные пабы происходят от публичности места, то коктейль-бар Old Fashioned составляет им полную противоположность. Он прячется от городской суеты, но расположен в самом центре Екатеринбурга. Здесь сдержанный интерьер (Рис. 5.), а в меню – современная европейская кухня. И самое главное: в Old Fashioned готовят коктейли по классическим оригинальным рецептам, постоянно совершенствуя профессиональное мастерство.

Рис. 5. Интерьер бара ««Old Fashioned Bar & Cocktails»

Миссия данного заведения - познакомить Екатеринбург с коктейльной культурой, с тем, что такое настоящее коктейльное времяпрепровождение. Коктейли здесь готовят по классическим оригинальным рецептам, что и будет предложено участникам. Будет проведена лекция с президентом Барменской ассоциации Екатеринбурга – Вячеславом Зацепиловым. Кроме того, только там каждый гость может лично встать за барную стойку и собственноручно, под чутким присмотром бармена, сделать коктейль для себя, своей спутницы или компании своих друзей.

Для дегустации будут предложены коктейли из классического меню: «Кровавая мэри» - алкогольный коктейль на основе водки и томатного сока, «Негрони» - коктейль на основе джина и вермута, «Лонг-Айленд айс ти» - коктейль на основе водки, джина, текилы и рома. Все эти напитки входят в число официальных коктейлей Международной ассоциации барменов. Стоимость данных коктейлей 400 рублей. Закуской станут брускетты – классическая итальянская закуска, представляющая собой ломтик поджаренного до легкой корочки хлеба с различными наполнениями сверху. Стоимость данной закуски – 200 рублей.

5. Далее участники отправятся в последнее заведение - «Aloha БичеZ». Концепт данного бара построен на культуре «тики» - островной культуре Америки начала XX века (Рис. 6.).

Рис. 6. Интерьер бара «Aloha БичеZ»

Именно здесь предложат попробовать «островные» напитки, главным образом состоящих из рома.

Для тех, кто любит «покрепче» - подадут ром «Brugal XV» - ром премиум-класса с насыщенным древесно-ореховым вкусом от известного бренда. Его утонченный аромат придется по вкусу ценителям элитного рома. Его делают из исключительно чистых натуральных компонентов. Лучший сахарный тростник и родниковая вода позволяют сделать напиток мягким и очень вкусным. Бренд Brugal входит в тройку самых крупных производителей рома в мире. Его продукция отличается высоким качеством и уникальным вкусом. Стоимость данного напитка составляет 450 рублей.

Для тех, кто предпочитает коктейли будет предложен напиток «Май Тай», состоящий из золотого и черного ромов, сиропов, ликера и сока. Стоит этот коктейль 400 рублей. В заведении имеется авторская кухня. На закуску

бар готов предложить горячее блюдо на выбор. В качестве досуга туристам будет предложено послушать о культуре «тики», и о тех напитках, которые ей соответствуют, а также дискотека.

После посещения всех заведений участников тура развозит такси, этот процесс контролируется экскурсоводом.

Стоимость данного маршрута составляет на 1 человека 3500 рублей. В данную стоимость входят напитки и закуски, предложенные в барах в качестве дегустации, услуги экскурсовода. В стоимость не входят напитки и еда, которые туристы могут заказать самостоятельно, услуги такси.

Итак, на сегодняшний день в Екатеринбурге такое направление как барный туризм не развито. Предпосылки к его развитию есть, имеются желающие принять участие в барном туре. Заведений, соответствующих понятию «барный туризм» не много. Есть две организации, которые объединяют уникальные места Екатеринбурга и проводят барный тур, но такие мероприятия очень редкие, а также не имеют большой огласки и рекламы, и, как следствие, потока клиентов. Туристические агентства не сотрудничают с барами ни напрямую, ни через организаторов.

4. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ ПО ТЕМЕ «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БАРНОГО ТУРИЗМА В ЕКАТЕРИНБУРГЕ»

Одной из важных функций управления образовательным процессом в образовательных учреждениях является педагогический контроль. Относительно процесса обучения педагогический контроль представляет собой проверку и оценивание знаний, умений и навыков учащихся. Другими словами, проверку и оценивание знаний учебных достижений или результатов учебной деятельности учащихся[1].

Можно выделить три наиболее значимые функции педагогического контроля:

1) управление процессом усвоения содержания образования и коррекция обучения;

2) воспитание познавательной мотивации и обеспечение педагогической стимуляции обучающихся к активизации учебной деятельности;

3) обеспечение гарантии качества обучения и развития.

Качество педагогического контроля во многом определяется научной обоснованностью, эффективностью и технологичностью применяемых средств, среди которых наибольшее распространение получили педагогические тесты, динамично развивающиеся в настоящее время.

Педагогическим тестом называется особая совокупность знаний, которые позволяют дать объективную, сопоставимую и даже количественную оценку качества подготовки обучающегося в заданной образовательной области.

---

[1]*Калицкий Э.М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации. Минск: РИПО, 2016. С. 4.

Н. Е. Эрганова определяет тест как испытание обучаемого с целью выявления уровня сформированности знаний и умений, применяемое в соответствии с методикой измерения уровня знаний и оценкой результатов[1].

В различных образовательных стандартах определяют следующие уровни усвоения учебного материала учащимися: представление, понимание, применение, творчество (перенос опыта).

Уровень представления характеризуется общей ориентацией, узнаванием, различением на основе очевидных признаков. Понимание определяется осознанием, осмыслением, установлением причинно-следственных связей. Применение связано с деятельностью в знакомой ситуации (по образцу, алгоритму и т.д.). Уровень творчество характеризуется деятельностью в незнакомой ситуации.

Перейдём к описанию структуры тестов. Тест состоит из задания, которое выдается учащемуся, и эталона ответа, который остается у преподавателя. Эталоном является правильный и полный ответ или метод выполнения заданной деятельности.

В педагогической литературе встречается трактование термина «задание» в широком и узком смысле. В широком смысле под термином подразумевается совокупность вопросов и заданий. В узком смысле под данным термином подразумевают простые, единичные или тестовые задания. Понимание термина «задание» в широком смысле слова может включать в себя такие структурные элементы как вопросы, задания в узком смысле слова, а так же педагогический тест[2].

Задания теста включают в себя следующие элементы:

1) Констатирующая часть, которая описывает суть задания и не требует от обучающегося активных действий;

---

[1]*Эрганова Н.Е.* Методика профессионального обучения: учебное пособие. Екатеринбург: РГППУ, 2005. С. 122.

[2]*Калицкий Э.М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации. Минск: РИПО, 2016. С. 10.

2) Процедурная часть, включающая рекомендации для обучающихся по выполнению каких-либо конкретных действий. Например, выбрать правильный ответ из предложенной совокупности ответов, установить соответствие и т. д.;

3) Элементы выбора, представляющие собой варианты для определения правильных ответов. Элементы выбора формулируются в форме истинных или ложных высказываний[1].

Преподаватель, сверяя ответ учащегося с эталоном, приходит к выводу о качестве выполненного теста. Тест, лишенный эталона, превращается в обычное задание, решение о качестве выполнения которого принимается на основе субъективного мнения преподавателя. Зная число существенных операций (р) в наборе тестов и проверив ответ учащегося, можно определить по эталону число правильно выполненных учащимся операций (а) и вычислить коэффициент усвоения знаний учащихся.

Коэффициентом усвоения называется показатель обученности учащегося предмету. Данный коэффициент вычисляется по следующей формуле:

$$K = \frac{a}{p},$$

Где K – коэффициент усвоения знаний.

Установлено, что $0<K\leq 1$. Если $K\geq 0{,}7$, то делают вывод, что процесс обучения можно считать завершенным. Учащиеся уверенно решают задачи заданного уровня усвоения, способны к сохранению знаний, самостоятельно ищут способ исправления ошибок. Если $K< 0{,}7$, то учащийся в последующей своей учебной деятельности систематически совершает ошибки и не способен их исправить из-за неумения их находить. В обучении применяются самые разнообразные тесты. Существует классификация тестов по уровням усвоения знаний учащихся и методику их конструирования.

[1] *Калицкий Э.М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации. Минск: РИПО, 2016. С. 11.

Основными требованиями, предъявляемыми к педагогическим тестам, являются адекватность, простота, надежность, однозначность.

Адекватностью педагогического теста является точное соответствие содержания задаваемой тестом пробы смыслу и содержанию выявляемого признака. Другими словами, если необходимо осуществить тестирование учебных достижений учащихся, которые должны были усвоить учебный материал на уровне понимания, то задания, предлагаемые в тесте, по своему содержанию и формулировке должны в полной мере соответствовать требованиям этого уровня.

Простота педагогического теста – это требование четкой формулировки задания. Читая задание теста, обучающийся должен однозначно понимать, какие знания (умения) и в каком объеме он должен продемонстрировать преподавателю (мастеру производственного обучения).

Надежность педагогического теста – характеризуется систематичностью, устойчивостью показателей при повторных его применениях для одного и того же испытуемого.

Однозначность педагогического теста определяется отсутствием противоречий в экспертных оценках его качества[1].

Перейдём к описанию видов тестовых заданий. Существуют тестовые задания открытой и закрытой формы. Задания открытой формы требуют от испытуемого самостоятельной формулировки ответа. В заданиях закрытой формы тестируемым предлагается выбрать правильный вариант ответа из нескольких возможных. Существуют разновидности данных форм тестовых заданий для каждого уровня усвоения знаний.

По наиболее часто встречающейся в отечественной и зарубежной литературе классификации тестовых заданий выделяют следующие виды:

1) Задания с выбором ответа;
2) Задания с конструируемым ответом в краткой или развёрнутой форме;

---

[1]*Калицкий Э.М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации. Минск: РИПО, 2016. С. 8.

3) Задания на установление соответствия;

4) Задания на установление правильной последовательности[1].

Для проверки достижений учащихся, отражающих усвоение такого уровня знаний как «представление» могут использоваться такие задания открытой формы, в которых нужно дать не полную формулировку ответа, а лишь дополнить недостающий элемент. Задания закрытого типа на данном уровне могут предполагать выбор правильного, неправильного или наиболее правильного ответа из числа предложенных. Вопросы на данном уровне отражают деятельность учащихся по узнаванию, различению, или демонстрации общей ориентации в заданном вопросе.

Для проверки усвоения обучающимися уровня знаний «понимание» должны использоваться такие задания, которые требуют от тестируемых проявления деятельности, которая отражает осознание, осмысление и установление причинно-следственных связей. Для данного уровня характерны задания открытой формы, требующие свободно конструируемого ответа[2]. Другими словами, от учащегося требуется полная формулировка ответа, а не только дополнение какого-либо недостающего элемента. Так же для оценки усвоения данного уровня могут быть предложены задания, которые предполагают установление соответствия между элементами двух множеств.

Задания закрытой формы на данном уровне так же должны отражать глубокое понимание темы учащимся. Для данной цели могут использоваться задания на определение правильности какого-либо утверждения. Так же возможно использование графических заданий, предполагающих определение какого-либо объекта на заданном изображении, либо соотнесение графического изображения с понятием.

Следующим уровнем усвоения учебных знаний является «применение». Для проверки достижений, соответствующих данному уровню, предлагаются

---

[1]*Звонников В.И.* Оценка качества результатов обучения при аттестации: учебное пособие. М.: Логос, 2012.С. 147.

[2]*Калицкий Э.М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации. Минск: РИПО, 2016. С. 23.

задания, требующие интеллектуальной или практической деятельности по образцу, алгоритму, подобию. Для данных целей используют следующие виды заданий:

- задания на установление правильной последовательности;
- задания открытой формы со свободно конструируемым ответом, которые связаны с анализом, аргументацией, обоснованием, сравнением и т.д.;
- задания закрытой формы с выбором ответов, осуществляемым на основании интеллектуальной или практической деятельности (решение типовой задачи).

Последним уровнем усвоения учебных знаний является «творчество» или «перенос опыта». С целью проверки усвоения знаний на данном уровне используются задания, требующие от учащихся переноса знаний и умений в новую, нестандартную ситуацию, а так же умения предлагать альтернативные варианты решения проблем. В данном случае учащимся предлагаются задания открытой формы, требующие свободно конструируемого ответа. Отличительной чертой таких заданий является отсутствие эталона, так как ответы обучающихся в итоге будут различаться.

Результаты тестирования являются не только объективным показателем уровня освоения студентами части дисциплины или дисциплины в целом, но и показателем качества работы преподавателя. Постоянный анализ и диагностика знаний позволяет воздействовать на студентов, мотивируя их получать новые знания, следовательно, увеличивать их активность, самостоятельность и целеустремленность в процессе обучения[1].

На основании вышеизложенного материала в ходе данной работы было разработано средство педагогического контроля для оценки знаний студентов высших учебных заведений, а также средних специальных. В качестве контрольного средства представлен педагогический тест, состоящий

---

[1]*Синкина Е.А.* Современные подходы к контролю в системе обучения // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2013. № 3. 89 С.

из пятнадцати вопросов. Тест включает в себя задания открытой и закрытой формы. Данное средство контроля может использоваться в практике преподавания таких дисциплин как «Профессиональная культура», «Предпринимательская деятельность», «Маркетинг в туризме и гостиничном хозяйстве», «Мировой рынок туризма».

Тестовые задания на тему:

«Современное состояние барного туризма в Екатеринбурге»

В заданиях 1-5 выберите один правильный вариант ответа:

1. Какая страна является родиной баров?

А. Китай

Б. США

В. Индия

Г. Австрия

2. Отметьте верную классификацию баров по уровню обслуживания:

А. Бизнес класс, средний класс, низший класс

Б. Лобби – бар, гриль – бар, винный бар

В. «Люкс», первый класс, высший класс

Г. Классический бар, молодежный бар

3. В каком году организована Барменская ассоциация России?

А. 1992 год

Б. 1985 год

В. 2001 год

Г. 2009 год

4. Укажите верное определение такого направления в барном деле как флейринг:

А. умение приготовить коктейли собственной рецептуры на основе каких-либо напитков, в четком соответствии с установленной рецептурой и правилами подачи.

Б. умение приготовить определенное количество коктейлей на основе определенных напитков за ограниченное время и сделать точный налив на глаз.

В. умение в ходе приготовления фантазийного коктейля жонглировать бутылками, демонстрировать акробатические номера под музыку, превращая создание каждого коктейля в яркое и захватывающее шоу.

5. Укажите главную цель барного туризма:

А. Обойти как можно больше заведений

Б. Познакомиться с барной культурой

В. Завести новые знакомства

Г. Попробовать большое количество напитков

В заданиях 6 – 7 выберите все правильные варианты ответа:

6. Укажите верные характеристики пивного бара:

А. Ассортимент состоит из различного вида пива и закусок

Б. Допускается продажа иного алкоголя

В. Клиентов могут обслуживать как за барной стойкой, так и за отдельными столами

Г. Запрещено комплектовать торговый зал как зал ресторана

7. Выберите из предложенных барных туров событийные:

А. Сантакон

Б. Квест

В. Сабкроул

Г. Октоберфест

В заданиях 8 – 13 дополните недостающую информацию:

8. Дополните определение:

Барный тур – это мероприятие, заключающееся в _____

9. Дайте определение понятию «Сабкроул»: _____

10. Дайте понятие определению:

Вид бара, который располагается на первом этаже гостиницы, недалеко от стойки администратора – это _____

11. Дополните недостающую информацию:

Форматами барных туров являются:

А. Событийные

Б. Сабкроул

В. Квест

Г. _____

Д. _____

12. Дополните недостающую информацию:

Туры по барам могут быть спонтанными и _____

13. Дайте понятие определению:

Единственная в России организация, объединяющая барменов и официантов, зарегистрированная на международном уровне – это _____

В заданиях 26 – 30 установите соответствие между элементами таблиц:

14. Установите соответствие между видом бара и его характеристикой:

Вид бара	Характеристика
1. Лобби-бар	А. Как правило, такой бар находится на террасах у ресторана или имеет отдельный огороженный участок, выступая как самостоятельное заведение. В нем предлагается курица-гриль, шашлык, бифштексы, рыба-гриль. Работники у барной стойки выполняют функции повара, так как им приходится готовить блюда перед посетителями.
2. Гриль-бар	Б. Обычно он находится в особой изолированной лаунж-зоне, где звучит мелодичная легкая музыка, горят свечи или работает приглушенное освещение, а публика располагается на удобных мягких диванах и креслах за низкими – «журнальными» – столиками. Такая обстановка способствует спокойному отдыху и не мешает беседе.
3. Национальный бар	В. Бар, который располагается на первом этаже гостиницы, недалеко от стойки администратора. Как правило, такие бары

	открыты круглосуточно.
4. Лаунж - бар	Г. В оформлении интерьера присутствует национальная символика. Персонал часто работает в национальных костюмах и должен хорошо разбираться в истории и традициях родины этих баров, в особенностях национального винопития.

15. Установите соответствие между видом барного тура и его характеристикой:

Вид барного тура	Характеристика
1. Квест	А. Маршрут предполагает заведения, специализирующиеся исключительно на формате клубов, с наличием танцевальной музыки, с определенным дресс-кодом.
2. Сабкроул	Б. Тур, предполагающий выполнение определенных заданий по определенной тематике
3. Событийный тур	В. Туристы посещают бары в разных местах города, по пути знакомясь с различными достопримечательностями.
4. Знакомство с городом	Г. Тур, связанный с перемещением на метро.
5. Вечеринка	Д. Туры, посвященные какому-либо событию или празднику.

Эталоны ответов к тесту:

1. Б
2. В
3. А
4. В
5. Б
6. А, В
7. А, Г
8. переходе участников из одного бара в другой с целью знакомства с барной культурой
9. Сабкроул – это барный тур, который связан с перемещением участников на метро.
10. Лобби-бар
11. Г – знакомство с городом, Д – вечеринка
12. организованными
13. Барменская Ассоциация России
14. 1 – В, 2 – А, 3 – Г, 4 – Б
15. 1 – Б, 2 – Г, 3 – Д, 4 – В, 5 – А.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной дипломной работе были рассмотрены теоретические аспекты барного туризма. Проанализирована специальная литература на тему состояния барного туризма в Екатеринбурге.

Теоретическая часть послужила основой для анализа современного состояния барного туризма в Екатеринбурге и для проведения исследования на предмет предпочтений населения в барном туризме, составлению рекомендаций по развитию данного направления, а также составлению барного тура.

Анализ состояния барного туризма в Екатеринбурге выполнялся на основе материалов, полученных в ходе интервью со специалистом туристического агентства, а также с бар-менеджером.

Рекомендации по развитию данного направления составлялись на основе опроса населения на тему предпочтений в барном туризме.

На основе анализа результатов исследования были выявлены такие проблемы как:

- Неосведомленность населения о понятии «барный туризм»
- Малое предложение на рынке подобных туров, несопоставимое с количеством спроса
- Малое количество заведений, удовлетворяющих требованиям барного туризма.

На основании данного ряда проблем были разработаны рекомендации по развитию барного туризма.

Анализ исследования помог оценить современное состояние барного туризма в Екатеринбурге, а также оценить его перспективы развития. Таким образом, цель данного исследования была достигнута.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Агафонова Л. Г.* Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес: ценообразование, конкуренция, государственное регулирование: учебное пособие / Л. Г. Агафонова. Москва: Знание, 2016. 352 с.

2. *Архипов В. В.* Барное дело: учебное пособие / В. В. Архипов. Киев: «Центр учебной литературы», 2016. 239 с.

3. *Архипов В. В.* Организация ресторанного хозяйства: учебное пособие / В. В. Архипов. Москва: Центр учебной литературы, 2017. 280 с.

4. *Барула А. Р.* Сцена для бармена / А. Р. Барула. Москва, 2015. 154 с.

5. *Богушев В. И.* Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: учебное пособие / И. В. Богушев. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2015. 416 с.

6. *Богушева В. И.* Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: учебное пособие / В. И. Богушева. Москва: Феникс, 2015. 321 с.

7. *Бондаренко Г. А.* Гостиничное и ресторанное хозяйство: учебно-практическое пособие / Г. А. Бондаренко. Минск: БГЭУ, 2015. 174 с.

8. *Васильева И. В.* Технология продукции общественного питания: учебник / И. В. Васильева. Москва: Юрайт, 2016. 341 с.

9. *Волков Ю. Ф.* Гостиничное и ресторанное дело, туризм: учебное пособие / Ю. Ф. Волков. Ростов на Дону: Феникс, 2016. 248 с.

10. *Волкова И. В.* Ресторанный бизнес в России: учебное пособие / И. В. Волкова, Я. И. Миропольский, Г. М. Мумриков. Москва: Дело, 2015. 361 с.

11. *Главчева С. И.* Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах: учебное пособие / С. И. Главчева. Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2012. 208 с.

12. *Ермакова В. И.* Официант, бармен: учебное пособие / В. И. Ермакова. Москва: Академия, 2012. 336 с.

13. *Ефимова Н. Е.* Гостиницы и рестораны: учебное пособие / Н. Е. Ефимова, А. С. Ефимова. Москва: Книгодел, 2017. 146 с.

14. *Жилкова Ю. В.* Организация ресторанного бизнеса: учебное пособие / Ю. В. Жилкова. Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2014. 192 с.

15. *Звонников В. И.* Оценка качества результатов обучения при аттестации: учебное пособие / В. И. Звонников и др. Москва: Логос, 2015. 280 с.

16. *Зигель С. В.* Ресторанный сервис: учебное пособие / С. В. Зигель. Москва: Центрополиграф, 2012. 312 с.

17. *Иванникова Е. И.* Барное дело: учебник / Е. И. Иванникова, Т. В. Иванникова, Г. В. Семенова. Москва: ACADEMA, 2016. 325 с.

18. *Калицкий Э. М.* Разработка средств контроля учебной деятельности: методические рекомендации / Э. М. Калицкий и др. Минск: РИПО, 2016. 48 с.

19. *Кучер Л. С.* Ресторанный бизнес в России: учебное пособие / Л. С. Кучер. Москва: ТрансЛит, 2017. 158 с.

20. *Кучер Л. С.* Организация обслуживания общественного питания: учебник / Л. С. Кучер, Л. М. Шкуратова. Москва: «Деловая литература», 2015. 544 с.

21. *Любецкая Т. Р.* Барное дело: учебник / Т. Р. Любецкая. Москва: Дашков и К, 2018. 180 с.

22. *Любецкая Т. Р.* Организация и технология обслуживания в барах: учебник / Т. Р. Любецкая. Москва: Кнорус, 2019. 248 с.

23. *Макалевич Р. К.* Управление рестораном: учебник / Р. К. Макалевич. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 535 с.

24. *Милковский А. В.* Барное дело: учебное пособие / А. В. Милковский. Киев: Кондор, 2015. 30 с.

25. *Новгородцева М. А.* Особенности работы советских рюмочных / М. А. Новгородцева. Москва, 2016. 62 с.

26. *Оробейко Е. С.* Организация обслуживания: рестораны и бары: учебное пособие. Москва: Альфа-М, 2014. 320 с.

27. *Покровский Н. Е.* Туризм: от социальной теории к практике управления: учебное пособие / Н. Е. Покровский и др. Москва: Логос, 2014. 424 с.

28. *Пьятницкая Н. О.* Организация обслуживания в заведениях ресторанного хозяйства: учебное пособие / Н. О. Пьятницкая. Киев: Кондор, 2016. 272 с.

29. *Пятницкая Н. А.* Организация производства и обслуживания в общественном питании: учебное пособие / Н. А. Пятницкая. Киев: «Высшая школа», 2015. 271 с.

30. *Селезнева И. Б.* Приглашение к столу: учебное пособие / И. Б. Селезнева. Москва: Воскресенье, 2012. 152 с.

31. *Синкина Е. А.* Современные подходы к контролю в системе обучения / Е. А. Синкина // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2015. № 3. С. 86-90.

32. *Смаков А. А.* Английский ресторан с пивным баром: доклад / А. А. Смаков, Е. Е. Дубцов. Москва, 2015. 290 с.

33. *Сорокина А. В.* Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие / А. В. Сорокина. Москва: ИНФРА-М, 2017. 215 с.

34. *Технический* регламент о требованиях пожарной безопасности: Федеральный закон от 22.02.2008 №123-ФЗ // Российская газета. 1996. 3 декабря. № 231.

35. *Усов В. В.* Организация обслуживания в ресторане: учебное пособие / В. В. Усов. Москва: «Высшая школа», 2016. 215 с.

36. *Усов В. В.* Организация производства и обслуживания общественного питания: учебник / В. В. Усов. Москва: «Феникс», 2016. 416 с.

37. *Хмырова С. В.* Ресторанный маркетинг: учебное пособие / С. В. Хмырова. Москва: ЮНИТИ, 2016. 255 с.

38. *Чудновский А. Д.* Гостиничный и туристический бизнес: учебное пособие / А. Д. Чудновский. Москва, 2016. 301 с.

39. *Чудновский А. Д.* Туризм и гостиничное хозяйство: учебник / А. Д. Чудновский. Москва: ЮРКНИГА, 2015. 425 с.

40. *Шимановский В. Ф* Питание в туристском путешествии / В. Ф. Шимановский, В. И. Ганопольский. Москва: Профиздат, 2015. 176 с.

41. *Шкуратова Л. М.* Бармен: учебное пособие / Л. М. Шкуратова. Москва: Академия, 2015. 102 с.

42. *Эрганова Н. Е.* Методика профессионального обучения: учебное пособие / Н. Е. Эрганова. Екатеринбург: РГППУ, 2005. 150 с.

43. *Барные* туры всего мира. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.toursandcrawls.com/baltimore_home

44. *Дом* печати – официальный сайт. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://tele-club.ru/dompechati/about

45. *Коктейль-бар* Екатеринбург. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.new-bar.ru/about

46. *Коктейльный* тур в городе Екатеринбурге. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://tyr66.ru/catalog/turfirmy_ekaterinburga/49283-ooo-kokteil-tur

47. *Федеральная* служба государственной статистики. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect

48. *Brut* Bar – официальный сайт. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://brutbar.ru/pochemu_k_nam

49. *Old* Fashioned Bar & Cocktails. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://ofbar.ru/#rec4385297

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПРОТОКОЛЫ ИНТЕРВЬЮ

Протокол 1

ФИО информанта: Скачкова Елена Александровна

Должность информанта: менеджер по туризму (г. Екатеринбург)

ФИО интервьюера: Герасимова Екатерина Евгеньевна

Дата и время проведения интервью: 15.02.2019

Вопрос: Были ли Вы раньше знакомы с понятием «барный тур»? Принимали ли участие сами или организовывали для других? Если организовывали, расскажите подробно о том, что именно Вы делали, сколько людей участвовало, был ли данный опыт успешным?

Ответ: С таким определением как «барный тур» ранее знакома не была. Мы организовываем экскурсии на пивоварни, и, как правило, в одной экскурсии мы рассказываем и показываем лишь одну пивоварню. Барные туры не организовывала, были только планы, прорабатывались объекты.

Вопрос: Охарактеризуйте, пожалуйста, состояние барного туризма в данный момент в России в целом и в Екатеринбурге в частности. Как Вы считаете, что мешает развиваться данному направлению? Стоит ли популяризовать его среди населения? Какими способами?

Ответ: Охарактеризовать состояние барного туризма в России не берусь, так как данная тема мной не изучалась. Что касается Екатеринбурга, данные туры мало освящены в туристической среде на мой взгляд. Я столкнулась с такой проблемой, что сложно найти проводника по барам. Популяризировать стоит. Я думаю, что на него найдётся свой покупатель.

Вопрос: Какие затраты ожидать на проведение данного мероприятия? Возможно ли их сократить? Каким образом? Какие ресурсы могут потребоваться? Насколько люди готовы платить за участие в барном туре?

Конкуренции в нашем городе практически нет. Как Вы думаете, какова допустимая маржинальность?

Ответ: Затраты зависят от того сколько в программе прописано баров для посещения. Если бары расположены близко, то тур можно сделать пешеходным, тогда не нужны будут траты на транспортное обслуживание. Остаются затраты на проводника - экскурсовода и дегустацию. Стоимость экскурсии, думаю, должна варьироваться от 2500руб. до 4000 руб. на человека. Маржинальность зависит от самой программы, чем больше баров, чем она больше.

Вопрос: Какое количество человек Вы считаете оптимальным для проведения данного тура? Есть зарубежный пример проведения таких мероприятий как Октоберфест, Сантакон, в которых принимают участие до 10000 человек. Возможно ли это в наших условиях? Как вы думаете, лучше объединять дружеские компании или собирать совершенно незнакомых людей? Какой контингент ожидать?

Ответ: В барных турах количество человек в группе зависит от возможностей бара (помещение, где находится бар). В Екатеринбурге проводятся масса фестивалей, и насколько я знаю в 2018 году в ЭКСПО проходил «Пивной безлимит» (с названием могу ошибаться), который нашёл свою аудиторию. Поэтому, думаю, что в наших условиях возможно проведение фестиваля подобного типа. Но он будет носить больше самостоятельный характер, чем туристический. Объединять можно, как и совершенно незнакомых друг другу людей, так и компании. Контингент в первую очередь – платёжеспособный, так как это не дешёвый тур.

Вопрос: С какими организационными трудностями можно столкнуться? Как их преодолеть? Например, поставки в бары. Какие поставки будут необходимы? Кем они осуществляются и есть ли проблемы с их доставкой (например, законодательные запреты, преодоление таможни и др.)?

Ответ: я думаю, нас как туроператора не должны волновать проблемы, с которыми сталкиваются бары при поставке продукции. За день

до начала экскурсии обзваниваем бары, если кто-то не может нас принять, по независящим от нас причинам, меняем бар на другой. Это единственная проблема, которая может возникнуть при организации барного тура. Либо болезнь проводника-экскурсовода, для этого нужно иметь запасной вариант.

Вопрос: Как бороться с предвзятым мнением людей о данном виде туризма? Ведь в нем главное – не напоить людей, а познакомить с культурой напитков. Готовы ли люди посмотреть на барный тур с другой стороны? Ожидать ли большого неодобрения?

Ответ: на каждый товар найдётся свой покупатель, не нужно никого переубеждать.

Вопрос: Знакомы ли Вы с примерами барных туров? С какими именно, опишите подробно. Кто посещает данный тур, сколько человек, какова ценовая политика, где и когда проводится.

Ответ: Слышала, что в Екатеринбурге такие туры проводятся. Какие-то подробности назвать не берусь.

Вопрос: Какие заведения Вы бы порекомендовали для составления маршрута? Какой направленности будут эти заведения? Какие ключевые моменты необходимо учесть при выборе мест?

Ответ: объекты должны находиться в пешей доступности друг от друга, направленность зависит от общей тематики. Если взять нейтральные заведения, посоветовать могу только бар Old Fashioned Bar & Cocktails, так как имменно там можно попробовать настоящую классику. Про остальные заведения ничего сказать не могу.

Вопрос: Готовы ли Вы помогать с развитием предложенного мною маршрута? Есть ли шансы у этой идеи реализоваться?

Ответ: данную идею, конечно, необходимо прорабатывать. Но потенциал большой.

Протокол 2

ФИО информанта: Становнов Кирилл Олегович

Должность информанта: бар-менеджер бара «Kaifooi», г. Екатеринбург

ФИО интервьюера: Герасимова Екатерина Евгеньевна

Дата и время проведения интервью: 30.01.2019

Вопрос: Были ли Вы раньше знакомы с понятием «барный тур»? Принимали ли участие сами или организовывали для других? Если организовывали, расскажите подробно о том, что именно Вы делали, сколько людей участвовало, был ли данный опыт успешным?

Ответ: С понятием «барный тур» знаком, слышал, что популярно в Европе. Участия не принимал и не организовывал, хотя идея стоящая.

Вопрос: Охарактеризуйте, пожалуйста, состояние барного туризма в данный момент в России в целом и в Екатеринбурге в частности. Как Вы считаете, что мешает развиваться данному направлению? Стоит ли популяризовать его среди населения? Какими способами?

Ответ: Повторюсь, слышал, что барный туризм распространен в Европейских странах, про Россию ничего сказать не могу. В Екатеринбурге есть организации, которые этим занимаются, но скорее не в серьез. Большой огласки это не имеет, рекламы нет. Популяризовать стоит, почему нет. Площадка для развития огромная, но тут уже встают другие вопросы, куда вести и зачем вести народ.

Вопрос: Какие затраты ожидать на проведение данного мероприятия? Возможно ли их сократить? Каким образом? Какие ресурсы могут потребоваться? Насколько люди готовы платить за участие в барном туре? Конкуренции в нашем городе практически нет. Как Вы думаете, какова допустимая маржинальность?

Ответ: Затраты – дорога, ведущий, оплата бару. Расположить объекты ближе и не тратиться на автобус – вот и сократили. С барами можно заключать рекламные контракты, тем самым получая возможность сократить

цену. Я думаю, люди очень заинтересуются. Но мероприятие, конечно, не из дешевых. Маржинальность определять не стану, это уже из другой области наук.

Вопрос: Какое количество человек Вы считаете оптимальным для проведения данного тура? Есть зарубежный пример проведения таких мероприятий как Октоберфест, Сантакон, в которых принимают участие до 10000 человек. Возможно ли это в наших условиях? Как вы думаете, лучше объединять дружеские компании или собирать совершенно незнакомых людей? Какой контингент ожидать?

Ответ: Я бы не стал за один тур собирать много человек. Во-первых, вместимость баров не всегда позволяет, соответственно список объектов сократится. Во-вторых, это большая ответственность, чем больше людей – тем больше может быть несостыковок интересов, а раз тема у нас алкогольная, то и последствия могут быть различными. Компании могут быть самыми разными. Я думаю в Екатеринбурге при желании можно собрать и большее количество человек, только зачем. Менталитет другой, достаточно вспомнить Дни города, мусор с улиц после которых вывозят еще несколько дней.

Вопрос: С какими организационными трудностями можно столкнуться? Как их преодолеть? Например, поставки в бары. Какие поставки будут необходимы? Кем они осуществляются и есть ли проблемы с их доставкой (например, законодательные запреты, преодоление таможни и др.)?

Ответ: В последнее время проблем с поставками не наблюдается, конечно, если поставщик проверенный и надежный. Все всегда есть в запасе. В уважающем себя заведении в «стоп – меню» ничего уходить не будет. Да и проблем сейчас с этим нет. По трудностям – ну это, во-первых, желание самого бара принимать участие (под словом «бар» я имею ввиду, конечно, руководителей и собственника), готовность к такому мероприятию у персонала, ведь это дополнительная нагрузка на официантов, барменов,

охрану. Плюс надо понимать, что в любом баре есть еще и свои гости. Всем должно быть комфортно.

Вопрос: Как бороться с предвзятым мнением людей о данном виде туризма? Ведь в нем главное – не напоить людей, а познакомить с культурой напитков. Готовы ли люди посмотреть на барный тур с другой стороны? Ожидать ли большого неодобрения?

Ответ: Я думаю, что со временем все приживается. Да и, если честно, не считаю, что многие люди крайне негативно настроены к барному туризму. Тут все просто, не хочешь – не иди, до других дела не должно быть. У каждого своя голова на плечах и ответственность за свои поступки. По выходным, кстати, переполнены даже среднего качества бары, так что говорить о предрассудках очень рано.

Вопрос: Знакомы ли Вы с примерами барных туров? С какими именно, опишите подробно. Кто посещает данный тур, сколько человек, какова ценовая политика, где и когда проводится.

Ответ: Про какой-то конкретный барный тур сказать не могу, в общих чертах только имею представление.

Вопрос: Какие заведения Вы бы порекомендовали для составления маршрута? Какой направленности будут эти заведения? Какие ключевые моменты необходимо учесть при выборе мест?

Ответ: Я бы обратил внимание на «New bar», ребята молодцы. Джазовый уклон, хороший интерьер, работают профессионалы. Думаю это место стоит показать, особенно в вечера с живой музыкой.

Вопрос: Готовы ли Вы помогать с развитием предложенного мною маршрута? Есть ли шансы у этой идеи реализоваться?

Ответ: Шансы есть, причем не маленькие. Я думаю, такой вид туризма будет очень востребован, ну а к сотрудничеству мы всегда открыты.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ АНКЕТА НА ТЕМУ: «ПРЕДПОЧТЕНИЯ В СФЕРЕ БАРНОГО ТУРИЗМА»

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Российский государственный профессионально - педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

Уважаемый собеседник!

Просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему «Предпочтения в барном туризме». Ваше мнение очень важно для нас. Анкета является анонимной, поэтому подписывать её не нужно. Полученные результаты будут использованы только в обобщённом виде.

Правила заполнения анкеты:

- Прежде чем ответить на вопрос, внимательно прочитайте его и предложенные варианты ответов.
- Обведите кружком порядковый номер того ответа, который совпадает с Вашим мнением, или же впишите свой ответ.

Заранее благодарим Вас за участие в опросе!

Екатеринбург 2019

1. **Ваш пол?** *(Выберите верный вариант ответа)*
    1. Мужской
    2. Женский
2. **Ваш возраст?** *(Укажите цифрой)*
3. **Какие бары Вы посещали (или посещаете) чаще всего?** *(Выберите один верный вариант ответа)*
    1. Классические бары
    2. Молодежные бары (возможно совмещение с клубом)
    3. Семейные рестораны
    4. Другое *(допишите)* _____
4. **Какой бар в городе Екатеринбург Вы посещали (или посещаете) чаще всего?** *(Выберите верный вариант или допишите)*
    1. Я не посещал(а) бары в Екатеринбурге
    2. Не готов(а) ответить на данный вопрос
    3. *(Впишите название)* _____
5. **Знакомы ли Вы с понятием «Барный тур»?** *(Выберите один вариант ответа)*
    1. Да
    2. Нет
6. **Доводилось ли Вам посещать барный тур?** *(Выберите один вариант)*
    1. Да
    2. Нет
7. **Где Вам доводилось принимать участие в барном туре?** *(Выберите все верные варианты)*
    1. В пределах одного города
    2. В нескольких городах области
    3. В нескольких городах России
    4. В России и за ее пределами
    5. Только за пределами России
8. **Хотели бы Вы принять участие в мероприятии в формате барного тура?** *(Выберите один вариант ответа)*
    1. Да
    2. Нет
    3. Не готов(а) ответить
9. **Данное мероприятие Вы бы хотели посетить в одиночку либо в компании друзей?** *(Выберите один вариант ответа)*

1. В компании незнакомцев
2. В компании

10. **Каким образом Вы бы предпочли передвигаться между заведениями?** *(Выберите один вариант ответа)*
    1. Пешком
    2. На автобусе
    3. На общественном транспорте
11. **Какого формата заведение Вас бы заинтересовало?** *(Выберите все верные варианты)*
    1. Классические бары
    2. Молодежные бары (возможно совмещение с клубом)
    3. Семейные рестораны
    4. Другое *(допишите)* _____
12. **Сколько времени Вы готовы уделить на данный тур?** *(Выберите один вариант ответа)*
    1. От 2-х до 4-х часов
    2. От 4-х до 6-и часов
    3. От 6-и и более часов
13. **Готовы ли Вы отправиться в другой город (возможно, страну), чтобы принять участие в барном туре?** *(Выберите один верный вариант)*
    1. Не готов(а) покидать свой город
    2. Готов(а) отправиться в другой город в пределах области
    3. Готов(а) отправиться в другой город независимо от дальности поездки
    4. Готов(а) отправиться за пределы России
14. **Каковы Ваши предпочтения для дегустации напитков?** *(Выберите все верные варианты ответа)*
    1. Новые напитки, которые Вы раньше не пробовали
    2. Классические коктейли по оригинальным рецептам
    3. Обновленные рецепты классических коктейлей
    4. Фирменные напитки
    5. Другое *(допишите)* _____
15. **Какая сумма допустима для Вас в качестве оплаты за участие в данном мероприятии (в рублях)?** *(Впишите диапазон допустимой для Вас цены)*

    _____

16. **Хотели бы Вы посетить тематический барный тур? Какая тематика Вам наиболее интересна?** *(Выберите все верные варианты)*
    1. Нет, не хотел (а) бы
    2. Живая музыка
    3. Спортивная тематика (футбольная, хоккейная и др)
    4. Бары разных культур (шотландский, немецкий и др)
    5. Другое *(впишите)* _____
17. **Каковы Ваши ожидания от участия в барном туре?** *(Впишите)*

    _____
18. **Что бы могло сподвигнуть Вас на приобретение барного тура?** *(Выберите все верные варианты)*
    1. Интерес к культуре напитков
    2. Веселое времяпрепровождение
    3. Возможность познакомиться с новыми напитками
    4. Встречи с новыми людьми

БЛАГОДАРИМ ЗА ОТВЕТЫ!

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

СПИСОК ЗАВЕДЕНИЙ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА

Таблица 2

Особенности заведений, выбранных для маршрута «ЕКБарное путешествие

Название заведения	**Контактная информация**	**Тип бара**	**Особенности**	**Описание**	**Имеющиеся услуги**	**Кухня**
Brut Bar	Адрес: ул. Горького, 7а. Район города: центр. Телефон: +7(343) 345-7-111. Режим работы: круглосуточно.	Коктейльный	Бармены прошли подготовку в лучшей барменской школе в России и имеют колоссальный опыт в приготовлении коктейлей. В заведении нет официантов – за баром и в зале работают только профессиональные бармены.	Brut Bar открыт в 2009 году, как первый и единственный профессиональный бар для любителей коктейлей. Основатель заведения – Торощин Р.С. – президент ассоциации барменов и большой знаток коктейльной культуры. Сейчас в меню представлен огромный ассортимент разныхкоктейлей и миксов как с содержанием алкоголя, так и безалкогольных.	Для гостей постоянно проводят различные мастер-классы по приготовлению напитков.	Кухня заведения интернациональная: итальянские панини, сочные американские бургеры и сэндвичи.

Продолжение таблицы 2

				Выбирать можно из более чем 200 видов напитков. Коктейльная карта постоянно увеличивается. Данное заведение рассчитано на людей более старшего возраста, цены чуть выше среднего, интерьер в классическом стиле, обслуживание – на самом высшем уровне. Знатоки советуют попробовать напитки из меню «ТОР 15».		
Дом печати	Адрес: Проспект Ленина, 49 Телефон: +7 (9 22) 174-34-12 Режим работы: ежедневно с 16:00 до 02:00 Район города: центр	Молодежный бар - клуб	«Дом печати» — заведение мультижанрового формата. Это одновременно ресторан с хорошей кухней, бар с качественным звуком и модным музыкальным наполнением и арт-пространство с лекциями,	Дом печати находится в самом центре Екатеринбурга, в здании бывшей типографии «Уральский рабочий», памятнике конструктивизма. Дом печати способен удивить количеством вин и игристых напитков как от простого Ламбруско,	В вечернее время – музыка от Диджеев. Днем – возможность посетить светские мероприятия: выставки, лекции, кинопоказы.	Авторская кухня, блюда разных стран

			кинопоказами, выставками и светскими мероприятиями.	так и до шампанского Veuve Clicquot, Brut (Вдова Клико, Брют) — визитной карточки дома Clicquot. Оно отличается изящным ягодным вкусом с легкими пряными нотками и насыщенным ароматом изюма и ванили. Часто это популярное шампанское называют «желтая этикетка».		
Old Fashioned Bar & Cocktails	Адрес: ул. Красноармейская, 32. Телефон: +7 (953) 601-34-91. Режим работы: ежедневно с 18:00 до 02:00.	Коктейльный классический бар	В Old Fashioned готовят коктейли по классическим оригинальным рецептам, постоянно совершенствуя профессиональное мастерство.	Миссия коктейль-бара Old Fashioned - познакомить Екатеринбург с коктейльной культурой, с тем, что такое настоящее коктейльное времяпрепровождение. Ведь вечер коктейля начинается с настроения и атмосферы, продолжается мастерством бармена и завершается целым букетом новых вкусов –	Бармен предложит коктейль, созданный специально и исключительно для вас и соответствующий вашему сегодняшнему настроению. Кроме того, только там каждый гость может лично встать за барную стойку и собственноручно, под чутким	Современная европейская кухня: салаты, супы, пицца, паста, десерты.

				обо всем позаботился данный коктейль-бар. В каждом коктейле бара Old Fashioned сочетаются спокойный винтаж, современная тщательность и тысячи вкусовых нюансов. Old Fashioned – знаковое название. Так называется классический низкий бокал, который изначально использовался для сервировки крепких напитков со льдом. Чуть больше ста лет назад в нем начали подавать одноименный коктейль Old Fashioned из крепкого алкоголя, сахара, воды и биттера. Вечер в Old Fashioned может начаться с выставки в Галерее современного искусства и продолжиться неторопливой беседой в баре, который	присмотром бармена, сделать коктейль для себя, своей спутницы или компании своих друзей. И еще одна особенность, характеризующая заведение: здесь практикуют так называемый подвешенный кофе — это когда человек покупает два кофе, выпивает при этом только один, а второй бармен записывает на доску как бесплатный для кого-то, кто не может за себя заплатить.	

				расположился на первом этаже Галереи. Если традиционные пабы происходят от публичности места, то коктейль-бар Old Fashioned составляет им полную противоположность. Он прячется от городской суеты, но расположен в самом центре Екатеринбурга. И самое главное: Царит и властвует здесь Вячеслав Зацепилов — президент Барменской ассоциации Екатеринбурга. Old Fashioned находится в Галерее современного искусства и попадают в него через книжный шкаф. Old Fashioned гарантирует, что все ингредиенты не только полностью соответствуют настоящим рецептам,		

Продолжение таблицы 2

				но и некоторые из них готовятся непосредственно в баре. Фирменный лимонад, имбирный эль, бурбон на вишне, кофейная текила, джин на малине – вот неполный перечень того, что делают в баре Old-Fashioned своими руками.		
New bar	Адрес: 8 марта, 8д . Телефон: +7 953 606-76-84. Режим работы: Круглосуточно. Район города: центр.	Коктейльный бар, молодежный бар, бар с живой музыкой	В данном баре проводятся различные музыкальные выступления.	New Bar – это заведение на любой вкус: здесь можно попробовать самые вкусные в городе коктейли, а также насладиться разнообразной музыкой от лучших местных диджеев, посмотреть культовое кино или почитать книги. Бар стал площадкой для выступления знаковых музыкальных проектов Екатеринбурга и России в целом: Сансара,	Каждый вторник проводятся джазовые джем-сэйшены, в которых принимают участие талантливые музыканты как из столицы Урала, так и гости со всей России и даже из других стран.	Классические закуски, сырные и фруктовые тарелки.

Окончание таблицы 2

				Курара, АлоэВера, Кирпичи и т.д. New Bar – это уютное сердце Екатеринбурга, бар в мансарде под самой крышей, где над вами только небо. В интерьере бара тесно сплелись эстетика Америки 50-х и домашняя обстановка.		
Aloha БичеZ	Адрес: ул. Восточная, 68. Телефон: +7 (3 43) 385-60-65. Режим работы: ежедневно с 18:00 до 02:00.	Коктейльный бар	Концепт построен на основе культуры «Тики» - отсровная культура Америки XX века.	В оформлении использована та же тема, что и в легендарных тики-барах мира: ротанговая и деревянная мебель, пальмы и лодки. На стенах атрибуты тики-культуры: маски, идолы и предметы быта островных аборигенов. В баре всегда имеется хорошая подборка напитков со знаменитых островов.	Проводятся мастер-классы, лекции на тему «тики» культуры.	Авторская «островная» кухня.