

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
В Г. АНАПЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

«Допущена к защите»  
Протокол № 11 от «29» сентября 2020 г.

и.о. заведующего кафедрой:

  
к.п.н., доцент  
Стародуб К.А.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

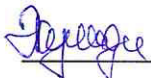
Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

**Тема: «Разработка детских программ обслуживания на основе  
использования событийных мероприятий  
(на примере турфирмы «Анапа+тур»)»**

Выполнена:

студентом группы 15-3Т-А

 Эжучиди Анастасией Дмитриевной

Научный руководитель:

к.э.н., доцент

 Мазова Елена Александровна

Анапа 2020

**Филиал федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования «Сочинский  
государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края**

**Кафедра социально-культурного сервиса и туризма**

**Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»**

**Профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской  
деятельности»**

**Группа 15-3Т-А**

**УТВЕРЖДАЮ**

и. о. заведующего кафедрой:

к.п.н., доцент

Стародуб К.А.



**ЗАДАНИЕ**

на выпускную квалификационную работу студенту Экучиди Анастасии Дмитриевне.

1. Тема выпускной квалификационной работы «Разработка детских программ обслуживания на основе использования событийных мероприятий (на примере турфирмы «Анапа+Тур»)».

Утверждена приказом по вузу № 784-Ст от 26.12.2019.

2. Срок сдачи студентом законченной работы 29.06.2020г

3. Исходные данные (в т.ч. список рекомендуемой литературы)

Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.

Купченко А. Событийный туризм в России // В книге: Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции. Редакторы: Огнева С.В., Шемятихина Л.Ю. — Москва, 2015. —78с.

Путрик Ю. С. Образовательный туризм в России: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 237 с.

Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие/ – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 124с.

4. План ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов):

Теоретические основы событийного туризма.

Исследование деятельности турфирмы ООО «Анапа+тур».

Концепция событийного мероприятия.

5. Перечень графического материала:

Общая характеристика и анализ услуг турфирмы ООО «Анапа+Тур»

Анализ портфеля туров ООО «Анапа+Тур»

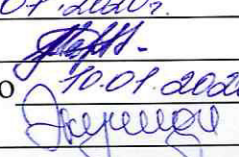
Комплекс мероприятий по разработке событийного тура

6. Дата выдачи задания 10.01.2020г

Руководитель (подпись) \_\_\_\_\_

Задание принял к исполнению 10.01.2020г

Студент (подпись) \_\_\_\_\_



## **Аннотация**

В данной выпускной квалификационной работе рассматриваются теоретические основы событийного туризма, а также рассмотрены особенности формирования событийных туров, также разработан новый событийный тур на фестиваль «Мультимир» для детей.

В аналитической части проводится анализ деятельности турфирмы ООО «Анапа+Тур» и предоставлен анализ портфеля туров фирмы, в том числе событийных.

В третьей части автором разработана программа тура на одно из событийных мероприятий страны, ежегодный детский фестиваль «Мультимир» и рассчитано экономическое обоснование внедрения нового событийного маршрута.

## **Abstract**

This final qualifying work examines the theoretical foundations of event tourism, as well as the features of the formation of event tours, and also developed a new event tour for the festival "multi-World" for children.

The analytical part analyzes the activities of the travel Agency ООО "Anapa+Tour" and provides an analysis of the company's portfolio of tours, including event tours.

In the third part, the author has developed a tour program for one of the country's event events, the annual children's festival "Multimir" and calculated the economic justification for the introduction of a new event route.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА.....	7
1.1 Понятие, тематические виды событийного туризма и их специфика.....	7
1.2 Особенности событийного туризма России.....	14
1.3 Специфика формирования событийного тура.....	22
1.4 Событийный туризм как вид современного детского туризма.....	27
2 ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ ООО «АНАПА+ТУР».....	35
2.1 Общая характеристика и анализ услуг турфирмы ООО «Анапа+Тур».....	35
2.2 Анализ портфеля туров ООО «Анапа+Тур».....	39
3 КОНЦЕПЦИЯ СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ.....	41
3.1 Разработка событийного тура на фестиваль «Мультимир».....	41
3.2. Расчет стоимости тура на событийное мероприятие.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	57
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	62



## **ВВЕДЕНИЕ**

Детский туризм является важной составляющей внутреннего туризма практически каждой страны. В России сейчас это самое развивающееся и перспективное направление в туризме. С этой целью сейчас активно развиваются событийные мероприятия, городские фестивали, ярмарки и концерты. Но детей не привлечешь модными праздниками «День огурца», «День холодца», да и туроператоров тоже. Мало способствуют продвижению и многочисленные региональные конференции, форумы, выставки, круглые столы. Нужны другие мероприятия, направленные на получение новых знаний, навыков, развивающие любовь к Родине.

Сегодняшних детей поколения Z нельзя убедить в необходимости путешествий одними телепередачами или блогерскими постами: они должны прочувствовать это на своем примере, получить яркие положительные эмоции от поездки, самостоятельно изъявить желание продолжить знакомство с регионами России.

Актуальность работы заключается в том, что, по мнению специалистов в сфере туризма, организованные турпотоки школьников смогут обеспечивать планомерную загрузку отелей, заведений общественного питания, транспортных предприятий в низкий сезон. Именно организованные детские группы и семьи с детьми могут стать системообразующим внутренним туристским потоком нашей страны.

Тема представленной выпускной квалификационной работы: «Разработка детских программ обслуживания на основе использования событийных мероприятий (на примере турфирмы ООО «Анапа+Тур»)), актуальность, которой очевидна в виду того что, событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию и является одним из самым доходных направлений в отрасли.

Объектом исследования является турфирма ООО «Анапа+Тур».

Предметом исследования является событийный туризм.

Цель выпускной квалификационной работы: состоит в изучении туристских ресурсов ООО «Анапа+Тур», а также разработке нового событийного тура на фестиваль «Мультимир» для детей.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

1. Дать определение событийному туризму и его видам, рассмотреть особенности формирования событийного тура;
2. Проанализировать деятельность турфирмы ООО «Анапа+Тур» и предоставить анализ портфеля туров фирмы, в том числе событийных;
3. Разработать программу тура на одно из событийных мероприятий страны, ежегодный детский фестиваль «Мультимир».
4. Экономическое обоснование внедрения нового событийного маршрута.

Практическая значимость работы заключается в возможности ее применения на конкретном туристском предприятии и вероятнее всего данное предложение заинтересует руководство турфирмы ООО «Анапа+Тур» и поможет разнообразить и усовершенствовать ее туристский портфель.

В написании работы применялись методы системного подхода, описательный, метод анализа, информационного и экономического исследования.

Структура выпускной квалификационной работы: состоит из введения, трех разделов, рекомендаций и вывод к ним, заключения и списка использованных источников. Общий объем работы 61 страница, работа содержит 9 таблиц и 2 рисунка. Список использованных источников включает 35 литературных и интернет ресурсов.

Теоретической базой послужили современные научные труды ведущих специалистов в сфере туризма: Чудновского А.Д., Жукова М.А., Алейникова А.В., Асанова И.М., Дмитриева Д.В. и других. Фактический материал был получен из отчетной документации, статистики и интернет ресурса турфирмы ООО «Анапа+Тур».

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Понятие, тематические виды событийного туризма и их специфика

Событийный туризм - направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена, к какому либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм - это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма - множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Событийный туризм набирает популярность среди энергичных, современных людей, которые знают, чего хотят и сами планируют свой отпуск. Ведь каждый день на планете происходит столько интересного. Событийный туризм- это праздник, выбранный непосредственно туристом и подготовленный специально для него.

Как правило, целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар.

Событийный туризм – вид отдыха для тех, кто хочет провести свой отпуск максимально интересно, насыщенно и ярко, насладиться новыми впечатлениями. Событийный туризм - это уникальная возможность стать не только свидетелем, но и активным участником неповторимых событий культуры, искусства и спорта.

Событийным туризмом называют такой вид путешествий, когда поездки в какую-то местность приурочены к определенным событиям, происходящим там. Этими событиями могут быть любые мероприятия из сферы спорта, культуры или бизнеса. Самыми выдающимися событиями, которые вызывают

настоящий туристический бум, являются футбольные чемпионаты мира, олимпиады, кинофестивали, рок-фестивали, карнавалы и другие события международного масштаба. Событийный туризм начал свое развитие в восьмидесятых годах прошлого столетия в Европе. Изначально, как отдельное направление в туризме, он не выделялся, а являлся составной частью приключенческого, экологического, гастрономического и некоторых других видов туризма.

Постепенно он выделился, как самостоятельная отрасль туризма, и теперь в системе мировой туристической отрасли занимает значительное место. И с каждым годом его доля увеличивается на 1,5%.

Важными составляющими событийного туризма являются мероприятия культурного, выставочного, этнографического и спортивного видов туризма, но далеко не все из них можно к нему относить. Из проводимых мероприятий к событийному туризму следует относить только те, которые приносят доход и, соответственно, являются ресурсной составляющей той местности, где их проводят. Мероприятия этого вида туризма экономически выгодны для региона. Во время их проведения существенно активизируются все объекты туристической индустрии, а потребительский спрос, зачастую, значительно превышает предложение. В этот период наблюдается одновременный всплеск возрождения местных обычаев, культурных традиций, активизация народного творчества.

Сегодня событийный туризм является одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений в туризме. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события и по тематике события.

По масштабу проводимого события:

- региональный уровень;
- национальный уровень;
- международный уровень.

На наш взгляд, в событийном туризме можно выделить несколько тематических видов:

1. Национальные фестивали и праздники:



- фестиваль Св.Патрика в Лондоне (Великобритания);
- фестиваль Св.Патрика в Дублине (Ирландия);
- фестиваль культур в Берлине (Германия);
- парад любви (Love Parade) в Берлине (Германия);
- парад военных татуировок в Эдинбурге (Шотландия);
- празднование дня рождения Наполеона Бонапарта, Аяччо (Корсика);

## 2. Театрализованные шоу:

- праздник на льду, шоу Romanza (Германия);
- шоу Lord of the Dance (Великобритания);
- праздник на льду, шоу Mystery (Германия);
- фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция);
- праздник на льду, шоу Romanza, Вена (Австрия);

## 3. Фестивали кино и театра:

- фестиваль короткометражных фильмов в Оберхаузене (Германия);
- Каннский фестиваль, Канны (Франция);
- театрализованный фестиваль Spierlart, Мюнхен (Германия);
- фестиваль «Вишневый лес», Москва (Россия);
- фестиваль оперного искусства, Верона (Италия);

## 4. Гастрономические фестивали:

- международный фестиваль пива, Берлин (Германия);
- большой британский фестиваль, Лондон (Великобритания);
- Октоберфест, Мюнхен (Германия);
- фестиваль морепродуктов, о в Гров (Испания);
- праздник молодого вина Божоле Нуво (Франция);
- парижский салон шоколада, Париж (Франция);

## 5. Фестивали и выставки цветов:

- выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания);
- выставка цветов во дворце Хэмптон Корт, Лондон (Великобритания);
- фестиваль хризантем (Япония);
- выставка тюльпанов (Нидерланды);

- фестиваль бонсай, Нара (Япония);

#### 6. Модные показы:

- Ready to Wear, Париж (Франция);

- Men s Fashion, Париж (Франция);

- Milano ModaVoupa, Милан (Италия);

#### 7. Аукционы:

- аукционы Сотби;

- аукционы Кристи;

- аукционы Дрюо, Париж (Франция);

#### 8. Фестивали музыки и музыкальные конкурсы:

- фестиваль Carpicies, Кранс Монтана (Швейцария);

- фестиваль ArgMusica, Брюссель (Бельгия);

- фестиваль "Снег и Симфония", Санкт Мориц (Швейцария);

- фестиваль TDK TIME WARP, Маннхайм (Германия);

- фестиваль поп музыки PinkPop, Ландграф (Нидерланды);

- фестиваль джаза в Монтре (Швейцария);

- фестиваль музыки и искусств в Хенли (Великобритания);

- фестиваль джаза в Стокгольме (Швеция);

- музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского, Москва (Россия);

- музыкальный конкурс «Евровидение»;

#### 9. Спортивные события:

- олимпиады и международные состязания;

- автогонки Формула 1;

- автогонки NASCAR, США;

- ралли;

- мотогонки;

#### 10. Международные технические салоны:

- авиасалон в Ле Бурже, Париж (Франция);

- авиакосмический салон в Жуковском (Россия);

- авиасалон в Чжухае (КНР);

- авиасалон на острове Лангкави (Малайзия);
- автосалон в Женеве (Швейцария);
- автосалон в Москве (Россия);
- «Салон часов», Женева, Цюрих (Швейцария).

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков. Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Прочное место в событийном туризме заняла Олимпиада - летние и зимние Олимпийские игры. В настоящее время крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются «карнавальные» туры.

При организации «карнавальных» туров следует учитывать целый ряд требований туристов:

- месторасположение отеля - рядом с местом, где проходят карнавальные мероприятия;
- наличие ресторанов и качественного питания;
- архитектура отеля - старинный стиль;
- интерьер номеров и цветовая гамма;
- количество обслуживающего персонала;
- наличие магазинов или пунктов проката карнавальных костюмов.

Репутацией одной из «праздничных» стран пользуется Италия. Самым популярным является карнавал в Венеции, который ежегодно проходит в феврале. В течение 10 дней в городе воссоздается праздничная атмосфера XVIII в. - кавалькады, традиционные церемонии, всевозможные парады и маскарады без устали сменяют друг друга на шумных и пестрых улицах. Ежегодно на карнавал в Венеции приезжают более 500 тыс. туристов из разных стран мира. Карнавал открывается праздником Festa delle Marie, который посвящен освобождению венецианских девушек, похищенных пиратами из Истрии.

Праздничное шествие начинается от дворца Св.Петра и заканчивается на площади Св. Марка, где сжигается символическое чучело. Праздник продолжается танцами и салютом из конфетти. В феврале также проходит карнавал в Виареджо. Он начинается на Пьяцца Мацини, где проходят праздничные шествия, маскарад, выступают оркестры и музыкальные группы. Этот карнавал знаменит участием огромных кукол двойников, пародирующих знаменитых людей и известных политических деятелей. Несколько дней продолжается парад, состоящий из множества повозок с куклами. Парад заканчивается фейерверком. Город Ченто (область Эмилия Романья) - побратим Рио де Жанейро, поэтому здесь на праздничных гуляньях танцуют бразильские балерины. В городе Иврея карнавал заканчивается апельсиновым боем. Эта традиция берет начало в 1195 г., когда жительница города Виолетта выступила против «дворянского права первой брачной ночи» и отрубила голову своему господину и бросила ее с балкона. Народ ее поддержал и забросал дворян фасолью. С течением времен фасоль заменили на апельсины.

В Германии 11 ноября в 11 часов 11 минут начинаются карнавалы в Кельне, Бонне, Дюссельдорфе и Майнце. Наиболее известный и популярный карнавал проходит, в Кельне. Весь ноябрь проходят заседания карнавалных комитетов, на которых выбирается принц карнавала. Обер-бургомистр вручает ему ключи от ратуши. Спустя 3 месяца, в последний четверг февраля («Бабий четверг»), женщины, одетые в карнавалы костюмы, захватывают ратушу и объявляют начало карнавала. В этот день женщинам дозволено все. Одна из самых известных традиций - срезание галстука. Своей кульминации праздник достигает в «Розовый понедельник». В этот день около 1,5 млн. человек участвуют в праздничном шествии и везут огромных кукол из папье-маше. В «Фиалковый вторник» сжигают большое соломенное чучело. Заканчивается карнавал в «Пепельную среду», когда все рисуют на лбу пепельные кресты и едят рыбные блюда.

Во Франции знаменитый карнавал с 1294 г. проходит в Ницце в конце февраля - начале марта. В нем обычно участвует около 1 млн. туристов.

Выбирают короля и королеву. Центральные события – «цветочные сражения» и «Парад голов» (огромные макеты голов весом до 2 т и размером до 12 м движутся по городу на повозках).

В Испании центром карнавалов являются Канарские острова. Со второй половины XVIII в. здесь проводятся маскарадные шествия. Также популярны «яичные сражения» (яйца наполнялись мукой или пудрой). В наши дни «сражения» проходят с применением конфетти и серпантина. Центральное событие - сражение на верблюдах, а также знаменитая церемония «похороны сардины».

В Бразилии карнавал тоже проходит в начале февраля. Он длится 7 дней и завершается «Парадом чемпионов». В параде участвуют представители различных танцевальных школ самбы. В 1984 г. был построен специальный самбодром с аллеей длиной 700 м и шириной 13 м. Очень часто участие в карнавале совмещается с круизом Буэнос Айрес - Монтевидео (Уругвай) - Порто Бело (Бразилия) - Бузгос (Бразилия) - Рио де Жанейро.

Одним из важнейших сегментов событийного туризма являются туры на соревнования «Формула 1». Интерес туристов к этим турам огромен, только туры на Олимпийские игры и чемпионат мира по футболу превосходят «Формулу 1». Но Олимпиады проходят раз в два года, чемпионат мира по футболу - раз в четыре года, а «Формула 1» свои гран при разыгрывает 18- 19 раз в год. Первые автомобильные гонки, получившие название «Формула 1», прошли в 1927 г. в Италии. С тех пор число стран, имеющих трассы для проведения соревнований, достигло 20-ти. Участники туров на гонки «Формула 1», имеют возможность совершать настоящие кругосветные путешествия в течение года, перемещаясь вместе со спортсменами на каждый новый розыгрыш гран при. Например, один из маршрутов для участников тура выглядит следующим образом: Бахрейн - Малайзия - Австралия - Сан Марино - Германия - Монако - Венгрия. Естественно, что позволить участвовать в таком туре могут люди с доходом, значительно превышающим средний.

В последнее время в событийный туризм прочно вошли туры на авиационные гонки слалом Red Bull - один из наиболее захватывающих и зрелищных видов спортивных состязаний, своеобразный аналог «Формулы 1». Соревнования Red Bull Air Race впервые прошли в 2003 г. в Цельтвене (Австрия) и сразу обернулись коммерческим триумфом. В течение 2004 г. соревнования прошли в Кембле (Великобритания) и в Будапеште (Венгрия), где за один день собрали рекордную аудиторию в 1,3 млн. зрителей, среди которых 40 % составляли туристы, приехавшие специально на эти соревнования. С 2005 г. состязания в воздухе получили название Red Bull Air Race World Series, т. е. Мировая серия воздушных гонок по формуле «Ред Булл». С 2006 г. серия воздушных гонок проводится в 9 этапов в различных странах мира.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

## **1.2 Особенности событийного туризма России**

Туризм в Российской Федерации является одной из перспективных отраслей современной экономики. В последние годы его развитие в регионах происходит под влиянием действующей федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации(2011-2018гг.)». Данный документ предусматривает субсидирование наиболее конкурентоспособных туристско-рекреационных территорий. Одним из способов эффективного использования туристского потенциала территории, способного за сравнительно короткий период времени при относительно небольшом количестве затрат привлечь туристов в регион, является событийный туризм.

Изучение событийного туризма необходимо начать с подходов к его определению. В мировой практике для обозначения термина «событийный



туризм» используют термин «event tourism» (от англ. event — событие или специальное мероприятие). В русском языке используются такие варианты, как ивент-туризм или событийный туризм.

Среди зарубежных авторов проблемами событийного туризма занимались Дж. Ритчи, Д. Беливо, Р. Линч, А. Вил, Д. Гетц и другие. Благодаря их исследованиям этот вид туризма выделился в самостоятельную отрасль науки со своим терминологическим аппаратом и стал рассматриваться как отдельное направление. Среди российских исследователей можно выделить нескольких авторов, предложивших свою трактовку событийного туризма, их высказывания приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Подходы к событийному туризму в трудах российских ученых

Авторы	Определение
М.Б. Биржаков	«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением»
Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова	«Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием»
С.С. Никитина, М.В. Зинченко	«Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара»
Т.В. Фролова	«Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия»
О.В. Алексеева	«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации»
Е.А. Лакомов	«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран»

Анализируя данные подходы, можно сделать вывод, что единое определение событийного туризма отсутствует, что связано с непродолжительным периодом его изучения среди российских исследователей, а также многогранностью его состава. Следует отметить, что авторы рассматривают событийный туризм либо как вид туристской деятельности, либо как разновидность туризма.

В целом, обобщив разные точки зрения по данному вопросу, можно предложить следующее определение: событийный туризм — вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события. В данном определении учтены следующие особенности:

1. Событийный туризм рассмотрен как отдельный вид туризма, а не как туристская деятельность.

2. В определение включены как туристы, так и экскурсанты, которые также могут находиться в месте проведения события сроком менее 24 часов. Их численность и расходы учитываются статистикой при подсчете вклада событийного туризма в экономику территории.

3. В определении использован термин «посещение», а не «поездки», т. к. предполагается, что посетить мероприятие могут люди из соседних территориальных образований, не пользуясь транспортом.

4. В определении срок пребывания туристов соответствует срокам проведения мероприятия.

5. В определении не указаны события определенной тематической направленности, поскольку в настоящее время она является достаточно обширной. Исследователи выделяют различные черты событийного туризма. Суммировав все мнения, можно получить полную картину отличительных характеристик событийного туризма рисунок 1.

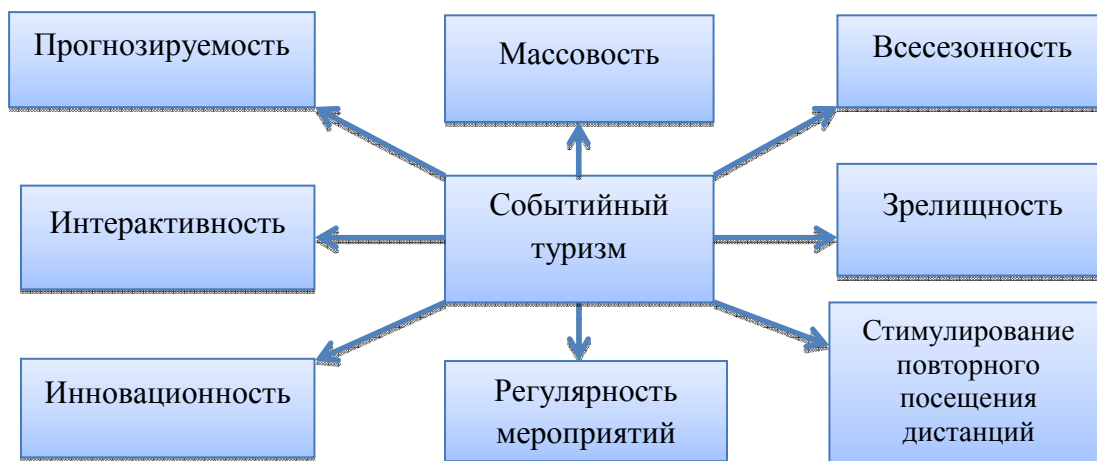


Рисунок 1 - Характеристики событийного туризма

В силу вышеуказанных характеристик событийный туризм имеет определенные преимущества для развития в регионе по сравнению с другими видами туризма:

1. Событийный туризм способен привлечь в регион большой поток туристов.
2. Развитие данного направления помогает решить проблему сезонности.
3. Время пребывания туристов в регионе увеличивается (если мероприятие продолжительное).
4. Событийный туризм отражает интересы разных целевых аудиторий.
5. Данное направление не требует наличия на территории естественных природных ресурсов.

Преимущества развития событийного туризма приведены в таблице 2.

Таблица 2 - Сравнительные характеристики различных видов туризма

№	Виды туризма	Сезонная зависимость	Ресурсоориентированность	Способность к генерации туристского потока	Широта охвата целевой аудитории
1	Культурно-познавательный	+	+	+	+
2	Экологический	+	+	+	+
3	Сельский	+	-	-	-
4	Лечебно – оздоровительный	+	-	-	-
5	Деловой	-	-	-	-
6	Событийный	-	-	+	+
7	Охотничье-рыболовный	+	+	-	-
8	Рекреационный (пляжный)	+	+	+	+

Кроме того, по мнению специалистов, событийный туризм выгоден для развития на территории, даже не обладающей уникальными туристскими ресурсами. Согласно исследователям, событийный туризм выступает эффективным инструментом развития в условиях экономического кризиса. Также успешно проведенные мероприятия положительно влияют на имидж территории за ее пределами. В Российской Федерации событийный туризм является новым направлением, которое характеризуется стремительным развитием в последние годы.

Можно выделить ряд регионов, в которых успешно развивается событийный туризм. Так, в Ростовской области его доля составляет 40 % в структуре туристической отрасли. В Самарской области это направление также является ключевым. Здесь событийный туризм развивается в рамках реализации туристическо-рекреационного кластера «Событийная агломерация».

В ряде регионов РФ данное направление определено как приоритетное для развития: Краснодарский край, Белгородская область, республика Бурятия,

Кировская область, Калужская область, республика Татарстан, Челябинская область, Ярославская область и другие.

Вместе с тем эксперты выделяют ряд факторов, негативно влияющих на развитие событийного туризма:

- слабо развитая туристическая инфраструктура;
- низкая инвестиционная и деловая активность местного населения;
- нехватка квалифицированных кадров;
- слабое информационное продвижение мероприятия;
- слабое использование туристического потенциала.

Таким образом, событийный туризм играет важную роль в решении социально-экономических задач территорий. При этом особую актуальность приобретает включение событийного туризма в программы долгосрочного развития, принимаемыми местными органами власти. Данные документы должны включать в себя субсидирование средств для развития туристической инфраструктуры, план мероприятий по подготовке кадров, широкий комплекс мер в области информационного продвижения событийных туров. Реализация вышеуказанных мер позволит положительно отразиться на социально-экономическом положении территории

Посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира - основа событийного туризма. Существует огромное множество поводов для организации событийных туров.

В России наиболее популярны спортивные события: Кубок Кремля по теннису, хоккейные турниры и футбольные матчи. Показательным событием, привлечшим большое количество туристов в Москву, был финал Лиги чемпионов в мае 2008 г. Значительный рост въездного турпотока обеспечил также музыкальный конкурс «Евровидение-2009». Ежегодно проводится Московский международный кинофестиваль, различные этнические, фольклорные и военно-исторические праздники. Большой потенциал

превратиться в события высокого мирового уровня есть у музыкальных фестивалей, посвященных всемирно известным русским композиторам.

В низкий сезон (период после новогодних праздников до конца весны) все города и страны мира демонстрируют два способа решения проблемы сезонности и привлечения туристов: проведения деловых мероприятий или ярких праздников, карнавалов. Поэтому любое интересное событие, проводимое в этот период, всячески приветствуется турбизнесом. Как известно, русская «Масленица» отмечается в самое низкое время туристского сезона и является идеальным поводом для превращения ее в событие международного уровня. Масленичные гулянья в каждом районе города, где со своими программами выступают городские учреждения культуры, заинтересуют многих. «Масленицу» готовятся праздновать в дворцовых пригородах Санкт-Петербурга. Например, впервые гуляния пройдут в парке «Александрия» в Петродворце, где будет множество развлечений, в том числе, рыцарский турнир и мастер-класс кузнечных дел мастеров. Готовятся веселые гуляния в Царском Селе, в Павловском музее-заповеднике и в Государственном комплексе Дворец конгрессов (Константиновский дворец). На Масленицу можно поехать в Рязань и во Владимир, там вас ждут праздничные гулянья, забавы, игры, ярмарка. Анимационная программа «Русское масленичное застолье», провод зимы, сжигание чучела – все по настоящим русским традициям. Такие гулянья сопровождаются экскурсиями по тематическим местам с участием артистов и аниматоров.

В Гатчинском дворцовом парке был первый опыт проведения фестиваля «Ночь музыки в Гатчине», посвященного 170-летию П.И. Чайковского. Фестиваль возрождает музыкальные традиции Гатчинской императорской резиденции и рассчитан на самую широкую публику. На концертах такого формата можно побывать разве что в Европе. Интерес к этому событию превзошёл все ожидания, за ночь на берегу побывало около 7 тыс. слушателей, 70% из них – не гатчинцы. Для гостей фестиваля была выделена специальная зона с обслуживанием. Впоследствии так планируют принимать группы



иностранных туристов. Также впервые ГМЗ «Гатчина» реализовал свой проект: ночная экскурсия по дворцу с показом неотреставрированных залов. Всю ночь в дворец-музей стояла очередь, его посетили около 1500 человек. Словом, «Ночь музыки в Гатчине» имеет потенциал для того, чтобы стать еще одним брендом Санкт-Петербурга, в 2011 году в парке зазвучит музыка Прокофьева, в честь 120-летия композитора.

Игровые исторические реконструкции и театрализованные представления очень популярны на Дону; они, как и фольклорные праздники, собирают каждый год десятки тысяч зрителей и участников. Самые известные из них -это «Шолоховская весна», «Нет вольнее Дона Тихого», международные «Каяльские чтения», Всероссийский фестиваль военно-исторических клубов.

Ни для кого не секрет, что Кострому считают родиной сказочной внучки Деда Мороза - Снегурочки. В период новогодних и рождественских праздников Кострома становится площадкой для проведения серии ярких, незабываемых мероприятий событийного туризма с участием Снегурочки: это и конкурсы, и интермедии, и театрализованные и экскурсионные программы.

Любителей экстремальных зрелищ привлекает зимний и летний трофи-рейды «Сусанин трофи», когда владельцы полноприводных автомобилей, квадроциклов и мотоциклов в описках приключений совершают незабываемый вояж и все желающие имеют возможность наблюдать за действием на специально оборудованных площадках.

У Москвы и России очень большое будущее в плане событийного туризма, но пока мы еще в начале пути. Формируя маршрут событийного туризма, нужно учитывать: специализированное размещение, передвижение, питание, сопутствующую экскурсионную и анимационную программу и еще целый ряд нюансов, находящихся в ведении совершенно разных служб.

На сегодняшний день событийный туризм в России динамично развивается. Событийный туризм является чрезвычайно интересным занятием, и довольно быстро развивается в последнее время. Событийный туризм в основном является индивидуальным видом отдыха, который наполнен

постоянной атмосферой праздника. Люди, отправляющиеся в подобное путешествие, несомненно, испытают множество ярких незабываемых моментов, которые запомнятся им на всю жизнь.

### **1.3 Специфика формирования событийного тура**

Сам по себе термин «событийный туризм» не имеет практического применения в силу того, что основные понятия, которые используются в трактовке данного термина, являются частью других сегментов и секторов. Поэтому, для полного объяснения термина следует сначала дать определения составным частям выражения.

Слово Event (событие, мероприятие) в английском языке имеет очень много значений, как социально - культурное, так и техническое и даже философское. Но в контексте данной работы интересно именно социально-культурное значение термина, впрочем, это значение является и наиболее популярной семантикой слова. В русском языке используется как транслитерированный вариант - ивент, так и аналоговый перевод- событие .

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

Событийный туризм - это возможность для искушенных путешественников побывать на фестивалях, карнавалах, концертах и спортивных мероприятиях разных стран, совершенно не заботясь об организации поездки.

Этот вид туризма идеально подходит для людей увлеченных, мобильных, но зачастую не располагающих избытком свободного времени.

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного

питания и особенно к услугам гидов-переводчиков. Особенностью событийного туризма является то, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Если опираться на данный список, применение слова «событие» в синонимическом контексте мероприятия, сужает свой ареал обозначения. Если в широком смысле слова выражение «событие» означает более обширное понятие, то в связке event - событие/мероприятие - это скорее профессиональный термин. В этом случае, значение слова «событие» используется в более узком семантическом диапазоне и более соответствует выражению «специальный случай». Например, конференция - это специальное событие или мероприятие, а финансовый кризис - это уже событие широком смысле слова.

Ивент - часть современного делового мира, и для организации таких событий сформировалась целая индустрия, т.н. ивент - менеджмент или сектор услуг по организации и проведению мероприятия/события. Это большая отрасль, занимающая значительную долю сектора услуг. В отрасли есть свои правила, профессиональные мероприятия и ассоциации. IFEA (Международная Ассоциация фестивалей и событий), члены которой находятся в более чем 40 странах мира, является профессиональным авторитетнейшим объединением сектора.

Проведение ивентов - это целое искусство со своими особенностями и специфическим жанром. И в каждом виде события есть свои специалисты, т.к. сами события являются частью совершенно разных отраслей. Ивент индустрия делится на много секторов, как по характеру события, так и по конечным целям мероприятия. Так, интересно отметить событийный маркетинг (eventmarketing), который представляет собой комплекс мероприятий, направленных на

продвижение определенной торговой марки с помощью ярких и запоминающихся событий или события.

Событийный маркетинг достаточно быстрорастущий сегмент, его доля среди других маркетинговых инструментов уже сегодня приблизилась почти к 50%. Существует даже специальный институт изучения проблем событийного маркетинга: это Институт маркетинговых событий (Event Marketing Institute), выступающий аналитическим и информационным ресурсом для компаний, специализирующихся в отрасли.

Практически любое событие можно использовать в качестве событийного маркетинга, но чаще всего это специализированные мероприятия по продвижению торговой марки компании: презентации, показы мод, roadshows, корпоративные вечеринки, семинары и т.д.

Свое применение событие (ивент) получило и в туристической отрасли. В последнее время растет доля т.н. «событийного туризма» в секторе туристических услуг. Этот вид туризма становится все более популярным среди туристов, и существуют даже компании, полностью специализирующиеся на предоставлении такого рода услуг. В целом, данный сегмент является уже частью туристической отрасли. Что же такое событийный туризм? Несмотря на схожесть термина событийный туризм с термином событийный маркетинг, это сегменты разных отраслей. Как было сказано выше, событийный маркетинг - это часть ивент-менеджмента, который представляет собой проведение и организация специального события (или использование действующего события) для популяризации бренда. Событийный туризм - это посещение событий, которые происходят в других странах. Например, посещение карнавала в Бразилии. Событийный маркетинг и событийный туризм могут быть партнерскими или смежными секторами. Как правило, организацией событийного туризма занимаются туристические компании, но не редкость и индивидуальный событийный туризм.

При составлении любого событийного тура учитываются такие факторы, как расположение гостиницы, её архитектура, интерьер номеров, наличие

ресторанов и пунктов питания, наличие магазинов, достопримечательностей, доставка к месту события, услуги гида, переводчика. От данных условий зависит стоимость тура.

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков. Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Прочное место в событийном туризме заняла Олимпиада - летние и зимние Олимпийские игры. В настоящее время крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются «карнавальные» туры.

При организации «карнавальных» туров следует учитывать целый ряд требований туристов:

- месторасположение отеля - рядом с местом, где проходят карнавальные мероприятия;
- наличие ресторанов и качественного питания;
- архитектура отеля - старинный стиль;
- интерьер номеров и цветовая гамма;
- количество обслуживающего персонала;
- наличие магазинов или пунктов проката карнавальных костюмов.

В туристских центрах в сезон проводятся целые циклы взаимоувязанных мероприятий гастрольно - зрелищной индустрии, выступления известных артистов, театральных коллективов, знаменитых певцов и музыкантов. Большое значение имеют фестивали искусств. Выставки, ярмарки и туристские биржи являются важным звеном туристской деятельности в сфере продвижения туристского продукта. По характеру и экономической сущности выделяются:

- выставки exhibition, exposition, ausstellung –регулярно организуемые оптовые и розничные мероприятия с ограниченным временем проведения, где

экспоненты представляют услуги и товары одной или нескольких отраслей на основе демонстрации выставочных образцов.

- ярмарки *tradefair, messe, foire* – регулярно организуемые оптово – розничные рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения, где значительное количество экспонентов реализуют характерные услуги и товары одной или нескольких отраслей.

В сфере выставочной деятельности имеют место туристские биржи *bourse, market*. Имеется классификация выставок по различным критериям и признакам, по критерию участников – на международные, национальные, межрегиональные, местные. Главным признаком международной выставки является участие не менее 10% экспонентов и не менее 5% посетителей и специалистов различных государств. Национальные выставки проводятся внутри страны и за рубежом для продвижения продукции страны на внутренние и внешние рынки и характеризуются принадлежностью экспонентов к одной стране. Межрегиональные выставки характеризуются составом экспонентов к одной стране. Межрегиональные выставки характеризуются составом экспонентов из различных регионов, а региональные принадлежностью участников и продукции к одному региону.

Особенность событийного туризма заключается в том, что такие туры можно гармонично сочетать с другими программами. О том, что экскурсионная и событийная составляющие тура вполне могут быть совмещены в рамках одной поездки.

Таким образом, событийные туры могут проходить по двум разным сценариям. Первый вариант: поездка на необходимое мероприятие, во время проведения которого туристы успевают насладиться, в том числе экскурсионной программой. Второй вид событийного тура: когда в рамках экскурсионной поездки туристам удастся попасть на, допустим, интересный концерт или матч.

При бронировании экскурсионного или пляжного тура агент вполне может узнать, не проходит ли поблизости какой-нибудь фестиваль, карнавал



или концерт. В том случае, если даты поездки совпадут с датой проведения какого-либо мероприятия, клиентам можно предложить его посещение, не исключено, что это станет изюминкой путешествия. Так, если туристы летят на Кипр в бархатный сезон, то они могут побывать на празднике молодого вина, который проходит в самом начале сентября. А в том случае, если туристы посещают Венгрию во время старта «Формулы-1», то озвучить им данный факт тоже будет нелишним - вдруг заинтересуются.

Ну а если клиент целенаправленно едет в ту или иную страну на конкретное мероприятие, почему бы не провести свободное время по интересной познавательной или развлекательной программе? Во время поездки на мероприятие с длительным пребыванием в стране туристам грех не воспользоваться возможностью провести время на экскурсиях. Мероприятие длится 5 дней, но зачастую людям хватает пары-тройки дней, для того чтобы сделать все, что запланировали. Поэтому оставшиеся дни, как правило, они посвящают тому, что ездят на экскурсии или в соседние страны.

Важно в данной ситуации не планировать возможные экскурсии заранее. Экскурсионная составляющая, безусловно, присутствует в рамках событийных туров, но стоит иметь в виду, что мероприятия спортивного или иного характера не имеют строгих временных границ, поэтому многие предпочитают решать вопрос с экскурсиями не заранее, а непосредственно на месте, что совершенно верно.

#### **1.4 Событийный туризм как вид современного детского туризма**

Организация событий в системе детско-юношеского туризма нацелена преимущественно на решение педагогических и социальных задач в отличие от ивентов, организуемых фирмами с коммерческими целями. Тем не менее, имиджевый аспект также следует учитывать – участие образовательной организации в событии способствует росту ее рейтинга и повышает отчетные показатели.

Мероприятиями (событиями) в детско-юношеском туризме могут стать туристские слеты разного уровня, соревнования по технике спортивного туризма и спортивному ориентированию, конкурсы научноисследовательских и творческих работ, а также этнические фестивали, исторические реконструкции, празднования юбилейных дат, общезначимые события, например, Новый Год, День Победы, День защитника Отечества, День Знаний и т. д. Успешно развивается детский событийный туризм в Великом Устюге, где создан туристский центр «Резиденция Деда Мороза». На базе ФГБУ «Детский дом отдыха «Непецино» Управления делами Президента Российской Федерации (Московская область) Национальная система развития научной, творческой и инновационной деятельности молодежи России «Интеграция» проводит Всероссийский молодежный конкурс научно-исследовательских и творческих работ по проблемам культурного наследия, экологии и безопасности жизнедеятельности «ЮНЭКО» и ряд других всероссийских конкурсов «Меня оценят в XXI веке», «Моя законотворческая инициатива» «Обретенное поколение – наука, творчество, духовность», «Юность, наука, культура» и др.

Проведение мероприятий различного типа, в том числе сетевых (географический диктант, квесты, игры, кинопоказы, встречи, заседания дискуссионных клубов, конференции и т.д.) входит в задачу Молодежных клубов Русского географического общества, создаваемых на базе школ, вузов, центров дополнительного образования, региональных отделений Общества, профильных географо-экологических центров.

Организация событий требует знакомства с методами событийного менеджмента и событийного маркетинга.

Ивент-менеджмент – прикладная область изучения и профессиональная деятельность по планированию, проведению и управлению специальными мероприятиями, такими, как фестивали, все возможные празднования, развлечения, политические и государственные события, спортивные и связанные с искусством ивенты, мероприятия которые относятся к бизнесу и корпоративным делам (встречи, совещания, выставки), мероприятия по

продвижению товаров, услуг, компаний, регионов, и с другими мероприятия которые относятся к частным мероприятиям (свадьбы, вечеринки, семейные праздники).

Ивент-маркетинг – комплексная организация мероприятий, направленная на создание эмоционального контакта с аудиторией, кото- 83 рый устанавливается во время мероприятия, даёт универсальную возможность повлиять на аудиторию тоньше и эффективнее.

Особое внимание следует уделить риск-менеджменту – управлению рисками и обеспечению безопасности участников в случае возникновения несчастных случаев, опасных погодных условий и т. д. Принято выделять три фазы управления рисками: 1) идентификация риска; 2) анализ и оценка риска; 3) преодоление риска.

Процесс подготовки ивент-мероприятия представляет собой комплексное поэтапное действие со множеством составляющих элементов. Мероприятие должно отвечать интересам участников и соответствовать целям и задачам организации. Оригинальность поминутного сценария и его творческое исполнение способствуют эмоциональному восприятию события и его запоминаемости. Детальная проработка плана проведения мероприятия, правильный выбор места и времени, разработка сценария, списка необходимого оборудования позволяет точно определить бюджет. По итогам мероприятия проводится опрос и дается оценка достижения намеченных результатов.

Как отмечают специалисты, в основе эффективности мероприятия лежит его игровая природа. Если сценарий игры, место ее проведения и игроки подобраны правильно, участники гарантированно получают положительные эмоции. Поэтому структура мероприятия должна быть аналогична структуре художественного произведения (завязка, кульминация, катарсис) (Шумович, Берлов). В детско-юношеском туризме оптимальным представляется сочетание развлекательного и обучающего подхода

По количеству участников мероприятия делятся на четыре категории: 1) мини-мероприятие — до 100 человек; 2) миди-мероприятие – от 100 до 1000

человек; 3) макси-мероприятие – от 1000 до 5000 человек; 4) мега-мероприятие – более 5000 человек.

К мероприятиям, имеющим длительную историю и относящимся одновременно к сфере делового, событийного и познавательного туризма, относятся ярмарки, выставки, фестивали.

Ярмарка – периодически организуемый в установленном месте торг, рынок товаров (Зорин, Квартальнов, 1999, с. 654), часто с шоупрограммой или развлечениями. Слово ярмарка (англ. fair) происходит от среднеанглийского *feire* ‘собрание людей через регулярные промежутки времени для обмена или продажи товаров’, которое в свою очередь связано с латинским *feriae* ‘праздник’. Ярмарки считаются самой ранней формой прямой продажи.

Посещение юными туристами ярмарок народных ремесел или товаров местных производителей можно рассматривать как дополнительное мероприятие в системе нестационарного отдыха, например, похода выходного дня. В познавательном туризме исторические центры ярмарочной торговли становятся туристскими ресурсами, определяющими цель поездки. К историческим центрам ярмарочной торговли относятся города Тихвин, Торжок, Нижний Новгород со специально построенным зданием Макарьевской ярмарки, Ирбит, Кяхта и др.

Фестиваль (фр. *festival*, от лат. *festivus* — праздничный) по И. В. Зорину и В. А. Квартальному (1991) – массовое празднество, показ (смотр) достижений искусства (музыкального, театрального, эстрадного, циркового, киноискусства и др.). Проводятся также фестивали народного искусства, этнических культур, детского творчества и др.

К историко-культурным фестивалям относятся Международные Ганзейские дни – проект, организуемый Ганзейским Союзом Нового времени, восстановившим в современном формате традиции средневекового торгового союза североевропейских городов. Современная Ганза объединяет 187 городов из 16 стран, в том числе 14 российских городов, по очереди принимающих фестиваль на своей территории. Помимо областных центров (Великий

Новгород, Вологда, Смоленск, Псков, Тверь, Калинин- 86 град) в новую Ганзу вошли малые исторические города: Ивангород, Кингисепп, Тихвин, Белозерск, Великий Устюг, Тотьма, Порхов, Торжок.

В 2017 г. Ганзейские дни проводились в Великом Новгороде, где ежегодно отмечается День Ганзы. Целый ряд туристских объектов на Торговой стороне, включая гостиницу «Ганза», напоминает о том, что некогда на берегу Волхова находились причалы (вымолы) и торговые представительства – Готский двор и Двор Святого Петра (Немецкий двор).

В 2018 г. фестиваль принимает Вологда. Ганзейские дни приурочены к празднованию дня города и объединены с фестивалем «Голоса ремесел», выставкой ремесленных изделий и уникальных товаров, произведенных исключительно в городах Ганзы.

Большое значение в культурной жизни России имеют литературные фестивали, проводимые в городах и музеях-усадьбах: Пушкинский праздник поэзии (Михайловское, Псковская область); Пушкинский фестиваль «Болдинская осень» (Нижегородская область), Пушкинский театральный фестиваль (Псков); Всероссийский Лермонтовский праздник (Тарханы, Пензенская обл.), театральный фестиваль «Толстой Weekend» (Ясная Поляна, Тульская обл.), эко-просветительский фестиваль «Бунинские Озёрки» (Липецкая обл.) и др.

Местные праздники. К событийному туризму относятся также посещения городов и сельских поселений во время празднования Дня города и Дня деревни, в которых принимают участие самодеятельные коллективы, мастера-ремесленники, производители сельскохозяйственной продукции, например, меда и др., а также этнических фестивали. Так, в селе Винницы Подпорожского района Ленинградской области ежегодно проводится областной вепский праздник «Древо жизни», в поселениях, входивших в ареал расселения ингерманландских финнов (Сестрорецк, Туутури, Токсово и др.) – традиционный летний праздник— «Юханнус» (рус. Иванов день). 87

С календарной обрядностью связаны праздники, проводимые в местах локализации сказочных персонажей, которые постепенно занимают новую нишу в системе российского туризма, трансформируются в уникальные места. Помимо Деда Мороза в сказочный пантеон народов России входят Снегурочка (Костромская обл.), Баба-Яга, Емеля и Щука, Мышка-Норушка (Ярославская обл.), Иванушка-Дурачок (Архангельская обл.), Русалка (г. Псков) и другие персонажи (Проект «Сказочная карта России» - см. выше).

Коммерческие выставки (exhibition от лат. exhibitionem ‘видеть’) начали проводиться в XVIII–XIX вв. с целью демонстрации товаров для будущих продаж. Выставка, согласно определению, данному в учебном пособии «Искусство выставки» (Morrow, 2001), – временное, зависящее от времени торговое место, организованное отдельным человеком или корпорацией, где покупатель и продавец взаимодействуют для определенной цели покупки выставленных товаров или услуг, или во время представления, или в будущем (см. Александрова, Филоненко, 2006).

Туристская выставка по определению И. В. Зорина и В. А. Квартальнова (1999)– маркетинговое туристское мероприятие, связанное с демонстрацией туроператорами нового туристского продукта.

Выставки располагаются в постоянных, специально построенных сооружениях. В советское время крупнейшим выставочным центром СССР была Выставка достижений народного хозяйства (ВДНХ) в Москве. Сейчас целый ряд павильонов, в том числе «Космос» реконструированы и представляют большой интерес для всех возрастных категорий. Посещение ВДНХ может быть приурочено к одному из многочисленных специальных мероприятий: лекции, семинару, мастер-классу для детей и взрослых, анонс которых представлен на официальном сайте образовательной программы ВДНХ. В Летнем кинотеатре-лектории на ВДНХ проводится географический праздник – День молодежи Русского географического общества, в рамках которого 88 организуются кинопоказы, викторины, географические игры, тематические мастер-классы, лекции и соревнования.



Форматы ярмарки и выставки успешно используются учителями в образовательной деятельности и могут быть применены при подведении итогов летней туристско-оздоровительной кампании. Мероприятия подобного рода проводятся в домах (дворцах) творчества детей и молодежи, в Русском географическом обществе, где участники походов и экскурсионных программ имеют возможность представить пройденные или разработанные ими новые маршруты.

При подготовке выставки необходимо учитывать правила зонирования выставочного пространства, разработанные специалистами по выставочному менеджменту, соблюдать фирменный стиль в оформлении. Территория выставки делится на четыре основные функциональные зоны:

1. Зона входа с экспозиционным планом выставки;
2. Сервисная зона с информационной стойкой, столами регистрации;
3. Выставочная зона с выставочными стендами и указателями направления движения;
4. Открытое пространство с четкими визуальными границами (ограда, маркировка). Открытое пространство обеспечивает свободное общение между участниками выставки, оно может быть продолжением экспозиции на закрытых выставочных площадях или представлять собой выставку на открытом воздухе.

При оформлении зоны входа и открытого пространства могут использоваться баннеры, щиты, уличные флаги, шары и другие надувные конструкции, нестандартные рекламные элементы.

Организуя и проводя выставку как одну из форм проектной деятельности на уровне школы или муниципального района, можно использовать все методы «большого» выставочного маркетинга: вести с помощью регистрации выставочную статистику, собирать данные о числе и качественном составе посетителей (учащиеся, учителя, работники дополнительного образования и т.д.), проводить анкетирование с целью выявления впечатлений о выставке, положительных и отрицательных моментов.

Обычно организаторы составляют два типа анкет: анкету посетителя-специалиста и анкету частного посетителя. Список вопросов может включать, например, цель посещения выставки, оценку выставки (экспозиции, деловой программы, организации и инфраструктуры), основные каналы информирования о выставке, желание посетить следующую выставку и др. Для посетителей следует заготовить бейджи (именные или неименные). В результате обязательной регистрации организатор получает базу данных и точные цифры посещаемости мероприятия. При организации необязательной регистрации организаторы мероприятия могут ввести поощрение для зарегистрировавшихся посетителей (картосхема поселения, сувенир и т. д.). 90

Таким образом, организация мероприятий в форме проекта способствует знакомству учащихся с технологиями менеджмента мероприятий, используемых в различных сферах деятельности (пиар, маркетинг, связи с общественностью и т. д.), формирует чувство коллективизма, ответственное отношение к возложенным обязанностям и имеет профориентационное значение.

## **2 ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ ООО «АНАПА+ТУР»**

### **2.1 Общая характеристика и анализ услуг турфирмы ООО «Анапа+Тур»**

ООО «Анапа+Тур» работает на рынке туристических услуг с 1999 года. Фирменное наименование общества полное – ООО «Анапа+Тур» общество с ограниченной ответственностью, сокращенное – ООО «Анапа+Тур».

Юридический и почтовый адрес Общества: 353444, Российская Федерация, Краснодарский край, город-курорт Анапа, улица Гребенская 3.,

anapaturist@mail.ru, телефон: +7 (918) 137-00-40; +7 (918) 95-96-150. Компании был присвоен ОГРН 1022300511243 и выдан ИНН 2301039799. Компанию возглавляет Кибалов Владимир Григорьевич. Учредители: Кибалова Людмила Васильевна. С момента регистрации 27 декабря 1999 года юридическое лицо получило 2 лицензии, обе являются действующими. Последняя лицензия была получена ООО «Анапа+Тур» 17 июня 2019 года и распространяется на «Деятельность по перевозкам пассажиров и иных лиц автобусами».

Основным видом деятельности является деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг, направленной на удовлетворение общественных потребностей и на получение прибыли. Общество осуществляет также дополнительные виды деятельности, информация о которых представлена в приложении 1.

В открытых источниках были взяты данные о бухгалтерской отчетности юридического лица ООО «Анапа+Тур» (ОГРН 1022300511243, ИНН 2301039799), зарегистрированного 27 декабря 1999 года, за 2013 – 2019гг. Анализ динамики активов показывает рост внеоборотных активов на 83,33% с 180тыс.руб. до 330тыс.руб., при этом сумма по основным средствам уменьшилась на 180тыс.руб. Снижение оборотных активов составляет 88,44%

с 1 211тыс.руб. до 140тыс.руб., при уменьшении дебиторской задолженности на 624тыс.руб..

Динамика пассивов ООО «Анапа+Тур» свидетельствует о снижении собственного капитала на 65,13% с 1 348тыс.руб. до 470тыс.руб.. Величина долгосрочных обязательств не изменилась – 0тыс.руб., краткосрочные обязательства уменьшились на 43тыс.руб., что даёт снижение заемного капитала 43тыс.руб. За 6 отчетных лет чистая прибыль ООО «Анапа+Тур» увеличилась с 0тыс.руб. до 110тыс.руб.

Рентабельность продаж юридического лица по данным за последний отчетный 2019 год равна 2,51%. Коэффициент рентабельности собственного капитала за 2019 год — 23,40%.

В таблице 3 представлены основные финансовые показатели ООО «Анапа+Тур» с 2014 - 2019г.г. по данным Федеральной службы государственной статистики.

Таблица 3 - Финансовые показатели ООО «Анапа+Тур»

Год	Баланс тыс.руб.	Выручка тыс.руб.	Прибыль тыс.руб.
2019	470	4 788	110
2018	360	2 868	60
2017	300	3 014	8
2016	292	2 100	-232
2015	533	752	-834
2014	1 391	0	0

ООО «Анапа+Тур» занимает 0.0141% долю рынка в г.Анапа «Деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг». Общий объем рынка составляет 20.37млрд руб. в год, данные сведения отражены на рисунке 2.

- **Общий объём рынка - 100% (20.37 млрд руб.)**
- **Доля рынка компании - 0.0141% (2.87 млн руб.)**

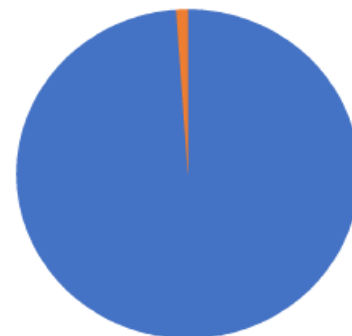


Рисунок 2 - Доля рынка компании ООО «Анапа+Тур» в г.Анапа

ООО «Анапа+Тур» располагает собственным экскурсионным автобусом, организывает трансфер и предоставляет транспортные услуги. Для обеспечения транспортных перевозок ООО «Анапа+Тур» была получена первая лицензия в Федеральной службе по надзору за автотранспортом Министерства Транспорта РФ: АСС 23-11301Л перевозка в 25.06.2012 «На осуществление перевозки пассажиров автомобильным транспортом, оборудованным для перевозок более 8 человек (за исключением случая, если указанная деятельность осуществляется для обеспечения собственных нужд юридического лица или индивидуального предпринимателя). Год назад была получена еще одна лицензия №АК 23-001673 от 17 июня 2019 года и распространяется на «Деятельность по перевозкам пассажиров и иных лиц автобусами».

В ООО «Анапа+Тур» работают профессионалы высокой квалификации, и специалисты со знанием иностранных языков (английский, итальянский языки) по существу, уже являющихся «брендами» в экскурсионной деятельности курорта Анапа. О высоком качестве предоставляемых услуг говорит и тот факт, что турфирма на протяжении многих лет работает с элитными здравницами города-курорта: флагманом санаторно-курортного лечения – санаторием «ДиЛуч», санаторием «Анапа», санаторием «Анапа-Океан», санаторием «Кубань», санаторием ФНС России «Эллада», санаторием «Мотылек», санаторием «Акварин», в которых ежегодно оздоравливаются и получают лечение тысячи жителей России.

Основные показатели предприятия ООО «Анапа+Тур» представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Рейтинг основных показателей ООО «Анапа+Тур»

Высокая благонадежность	97	Индекс представляет собой оценку действующей надежности коммерческой компании по шкале от 0 до 100. 0-49 - низкая надежность 50-74 - средняя надежность 75-100 - высокая надежность
Высокая финансовая устойчивость	73	Финансовая устойчивость представляет собой оценку устойчивости финансового положения действующей организации по шкале от 0-100 0-9 – крайне низкая устойчивость 10-29 – средняя устойчивость 30-69 –средняя устойчивость 70-100 – высокая устойчивость
Кредитоспособность	118.00 тыс.руб	1 класс - заемщик считается надежным и кредитование осуществляется всегда 2 класс - кредитование заемщика требует взвешенного подхода 3 класс – кредитование связано с повышенным риском для банка и осуществляется крайне редко.

Турфирма активно внедряет различные программы по повышению лояльности потребителей, например: предоставление скидок постоянным клиентам в среднем 3-5%.

Основной целью маркетинговой политики ООО «Анапа+Тур» является увеличение спроса на туристские услуги. Основными инструментами являются: поддержание обратной связи с клиентами с помощью анкетирования в ходе которого можно узнать степень удовлетворенности клиента, направления, которые его интересуют, а также его пожелания и предложения; рассылка SMS-сообщений и сообщений в соцсетях о предстоящих экскурсиях и специальных предложениях.

Изучив деятельность туристической фирмы ООО «Анапа+Тур», можно заметить разнообразный выбор экскурсионных маршрутов, компания всегда рада новым партнерским связям и готова к новым предложениями.

## 2.2 Анализ портфеля туров ООО «Анапа+Тур»

На сегодняшний день предприятием разработаны свыше 20 экскурсионных маршрутов составляющих основной перечень услуг предприятия. Все экскурсии и экскурсионные поездки варьируются по продолжительности от нескольких часов (приблизительно 4 часа) до двух дней.

В тематике предлагаемых услуг тоже можно отметить определенное разнообразие от историко - краеведческих и производственных экскурсий до природоведческих и развлекательных. В таблице 5 представлены наиболее популярные экскурсионные направления ООО «Анапа+Тур».

Таблица 5 - Популярные экскурсионные направления в ООО «Анапа+Тур»

№	Название экскурсии	Время (час)	Стоимость (руб)	Дополнительные расходы
1	Лефкадия	от 7 часов	850	Дегустация вин и сыров 950
2	Керчь – Крымский мост	от 7 часов	1200	Доп. расходов нет
3	Воскресное путешествие	от 9 часов	950	Крейсер «Михаил Кутузов» - 250 «Старый Парк» 500 руб
4	Абрау-Дюрсо. Русский Шампанский Дом.	от 6 часов	650	экскурсия + дегустация 950р экскурсия по заводу 750 руб
5	Тамань	от 8 часов	800	Археологический музей 150 Музей Лермонтова 150 Дегустация 350 руб. (взрослый), для детей сок 200
6	Новороссийск	от 6 часов	650	Крейсер «Михаил Кутузов» 250руб; (с 5 до 14 лет) – 100 руб. «Малая Земля» 100 руб.
7	Святые источники	от 6 часов	600	дегуcтация меда - 150 руб. дегуcтация меда (с 2 до 12 лет)100 руб.
8	Анапа обзорная. «Анапа с высоты птичьего полёта»	4 часа	450	_____

Из таблицы можно заметить, что ООО «Анапа+Тур» предлагает разнообразный выбор экскурсионных маршрутов, а в летний сезон портфель

экскурсионных программ увеличивается, к ним добавляются такие экскурсии как:

- Пшадские водопады, незабываемые впечатления от природы;
- Путешествие в долину индийского лотоса, чудесного растения, размеры которого поражают. Очень короткий сезон цветения;
- Экскурсия на «затерянный остров» в Азовском море;
- Конные прогулки в живописной долине Сукко. Умиление от благородных лошадей и новый незабываемый опыт;
- Вулкан «Тиздар» и его целебные свойства, на Азовском побережье;
- «Свадьба в малиновках», красочный конно-театральный спектакль;
- «Старый парк», в Кабардинке - уникальный архитектурный парк;
- Яркое и красочное шоу «поющих фонтанов» в Абрау-Дюрсо;
- «Рыцарский турнир» в средневековом замке, яркое вечернее шоу;
- «Черкесский аул» - праздник сватовства невесты.

Помимо этого, ООО «Анапа+Тур» занимается организацией тематических экскурсий для детских организованных групп (ДОЛ, ДСОЛ), информационные туры и тематические программы выходного дня, экскурсии по живописным местам Кубани и многие другие.

При работе с портфелем туров ООО «Анапа+Тур» нами было замечено, что турфирма не имеет как таковых событийных туров, экскурсий, в основном это туристские программы, которые отчасти могут включать событийную составляющую, но все же являются второстепенным фактором, дополнением к экскурсионному туру и с легкостью могут быть убраны из программы.

Подводя итог портфелю туров агентства ООО «Анапа+Тур» можно отметить ее мобильность, несмотря на то что, событийные туры не являются сформированной услугой, агентство предпринимает точечные попытки внедрять этот вид программ. В связи с этим новое предложение не только поможет правильно двигаться в этом направлении, но и привлечет потребителя, при этом все только выиграют.



### **3 КОНЦЕПЦИЯ СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ**

#### **3.1 Разработка событийного тура на фестиваль «Мультимир»**

В Краснодарском крае последнее время, весьма масштабно развивается событийный туризм. Данное явление обуславливается новыми сформировавшимися потребностями жителей и гостей края. А потому, задача туристических фирм края организовывать туристические поездки на такие мероприятия, а в идеале и разрабатывать их самим. Хочется отметить, что краевые власти уделяют внимание не только событийному туризму в целом, но особо внимательны к развитию детского событийного туризма, что вполне объяснимо, ведь речь идет о детях.

Туристическая фирма ООО «Анапа+Тур» хотя и занимается организацией тематических экскурсий для детских организованных групп (ДОЛ, ДСОЛ), информационных, тематических программ выходного дня, индивидуальных туров, все же пока еще не может похвастаться организацией поездок на событийные мероприятия. В связи с этим было решено уделить отдельное внимание событийному туризму в исполнении ООО «Анапа+Тур» и разработать поездку на одно из событийных мероприятий России, а именно на ежегодный фестиваль «Мультимир» проходящий в г.Москва.

Ежегодный фестиваль «Мультимир» проходит в самом большом павильоне ВДНХ №75 г. Москва. Это масштабный праздник мультфильмов, приуроченный ко дню защиты детей и началу летних каникул, а также крупнейшее анимационное событие в России, не имеющее аналогов.

«Мультимир» — это запоминающийся концерт, торжественный парад, творческие мероприятия, квесты, конкурсы, премьеры и встречи с самыми интересными мультгероями, и всё это под одной крышей.

«Мультимир» в цифрах:

- 100 000 000 человек - охват рекламной кампании фестиваль;
- 20 000 м<sup>2</sup> - площадь экспозиции - залы А и С 75 павильона ВДНХ;

- 120 000 - гостей посещает фестиваль за 4 дня;
- 100 компаний принимает участие в фестивале ежегодно;
- 5 раз фестиваль пройдет в Москве в 2020 году.

Фестиваль длится 4 дня, за это время дети успевают поучаствовать во множестве конкурсов и квестов, увидеть различные любимые мультфильмы (в том числе эксклюзивные премьеры), встретить любимых мультгероев и даже отправиться путешествовать в виртуальную реальность.

Развлекательная программа «Мультимир»:

- Встреча с любимыми мультперсонажами на интерактивных площадках;
- Увлекательные игры и мастер-классы;
- Концерт, театрализованные шоу, премьеры мультфильмов на большой сцене;
- Большой квест, конкурсы, соревнования и призы;
- Парад мультгероев.

«Мультимир» ответственно подходит к организации мероприятия и ко всем своим гостям, поэтому предоставляет самый разнообразный спектр развлечений. Насыщенную программу помогают устроить российские анимационные студии, популярные зарубежные мультипликационные бренды, детские телеканалы, лицензионные агентства и производители товаров и услуг для детей.

Также на фестивале вручается премия «Мультимир» - Российская индустриальная премия в области анимации и лицензирования.

Хотелось отметить, что данный фестиваль проходит уже не первый год, в 2020 году это уже будет 5 по счету фестиваль и надо сказать, что он пользуется большой популярностью, об этом свидетельствуют результаты опроса:

- 45% - Посещают фестиваль ежегодно
- 95% - Фестиваль понравился
- 98% - Хотели бы прийти на фестиваль снова

94% - Однозначно посоветовали бы друзьям посетить фестиваль

Фестиваль уже имеет свою аудиторию, данные о которой приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Аудитория фестиваля «Мультимир»

Состав аудитории	Дети	Взрослые
60% дети	51% девочки	42% мамы
40% взрослые	49% мальчики	38% папы
		20% другие родственники



В этом году изначально планировалось проводить фестиваль с 28 - 31 мая. Но в виду сложившейся эпидемиологической обстановки в стране даты проведения мероприятия были перенесены, как отмечается на официальном сайте новые даты проведения и расписание скоро появится.

Часы работы фестиваля сохраняются прежние:

- Мероприятие начинает работу в 10:00 по московскому времени, заканчивает работу в 19:00 по московскому времени.
- Во все дни мероприятия билетные кассы и вход закрываются в 18:00 по московскому времени.

Рекомендованный возраст посетителей фестиваля – от 3 до 10 лет. Дети до 3-х лет посещают программу бесплатно вместе с сопровождающим, при наличии у последнего входного билета. Младенцы также посещают

мероприятие бесплатно вместе с сопровождающим, при наличии у последнего входного билета.

При наличии входного билета, можно находиться на мероприятии неограниченное количество времени в течение дня, на который приобретен билет. В стоимость билетов на посещение мероприятия не входит стоимость товаров и услуг, реализуемых за отдельную плату, в их числе:

- еда и напитки, реализуемые в зоне питания мероприятия;
- сувенирная продукция, игрушки и другие товары, реализуемые организаторами или третьими лицами мероприятия.

Кроме того организаторами фестиваля предусмотрены льготы (бесплатный билет) для следующих категорий граждан:

- Инвалиды I, II, III группы и сопровождающее их лицо;
- Участники, ветераны и инвалиды ВОВ и приравненные к ним лица;
- Несовершеннолетние дети по случаю потери кормильца и сопровождающее их лицо.
- Для многодетных семей, действует скидка на покупку билета 20%. Скидка действует на обоих родителей и детей, указанных в документе, подтверждающем статус многодетности.

Более подробные правила посещения фестиваля развлечений «Мультимир» приводится в приложении 2.

Тур подразумевает под собой поездку на одно из событийных мероприятий страны, а именно на фестиваль анимации и развлечения «Мультимир» в городе Москва.

Программа тура «Мультимир» будет составлять: 2дня /1 ночь, без учета дороги. Поскольку фестиваль длится четыре дня, планируется организовать две поездки, таким образом, одна группа побывает на открытии фестиваля, вторая на его закрытии (все будет зависеть от наполняемости группы, возможно первый раз будет организована только одна поездка).

Целевая аудитория: дети с родителями или другие сопровождающее их лицо.

Тур рассчитан на 30 человек и одного сопровождающего от турфирмы.

Вид программы: определен как событийный тур (тематический).

По типу транспортного средства: передвижение по программе тура будет осуществляться на автобусе.

Общая протяженность маршрута: 3350км.

Общий маршрут программы: г.-к. Анапа – г. Москва – г.-к. Анапа.

Цель тура: фестивально - развлекательный тур посвященный дню защиты детей и началу летних каникул. Программа тура «Мультимир» представлена в таблице 7.

Таблица 7 - Программа тура «Мультимир»

<b>Расписание дня</b>	<b>Мероприятия и экскурсии</b>
<b>1 - день</b>	
07.00 - 08.00 – прибытие в г.Москву, заселение в гостиницу 09.00 – завтрак в гостинице 09.30 – 11.00 - свободное время, отдых после дороги 12.00 – 13.00 - посещения Останкинской телебашни «Панорама Москвы 360°» 13.00 – 15.00 – посещение современного парка «Зарядье» 15.00 – 16.00 – обзорная экскурсия по главной площади страны - Красной площади 16.00 – 18.00 – свободное время, самостоятельная прогулка в районе Красной площади 18.00 – сбор группы, возвращение в гостиницу 19.00 – ужин в гостинице	Экскурсия на легендарную Останкинскую телебашню будет представляет собой интерактивно–познавательное путешествие по самому высокому зданию России и Европы! В программе экскурсии: знакомство с мультимедийным музеем Останкинской башни, подъём на высоту 337 м. на сверхскоростном лифте, изучение достопримечательностей Москвы с помощью мощнейшего телескопа, прогулка по прозрачному стеклянному полу, панорамные виды столицы с высоты птичьего полёта и увлекательные истории о телебашне из уст профессионального экскурсовода. «Зарядье» — городская достопримечательность, символ современной Москвы. Инновационная архитектура и высокотехнологичные аттракционы. Парк «Зарядье» открыт для всех, вход свободный. Башни Кремля, ГУМ, Исторический музей и храм Василия Блаженного Самостоятельная прогулка в районе Красной площади, посещение магазинов, для покупки сувенирной продукции, кафе и прочие
<b>2 - день</b>	
08.30 – завтрак в гостинице, выезд из гостиницы 10.00 – 19.00 – посещение фестиваля «Мультимир» 19.30 – сбор группы, отъезд в г.Анапу	Главная цель поездки посещение крупнейшего мероприятия в России, посвященное «Дню защиты детей» и началу летних каникул - «Мультимир»

В стоимость тура не входит: стоимость сувениров, дополнительных перевозок, экскурсионное обслуживание помимо тура, питание вне программы.

### **3.2 Расчет стоимости тура на событийное мероприятие**

Перед организацией детского тура на событийное мероприятие, необходимо предварительно составить смету расходов. Для реализации тура на фестиваль «Мультимир» была рассчитана полная себестоимость продукта, которая включает подсчет и сложение всех издержек, связанных с разработкой и реализацией созданного турпродукта. При калькуляции себестоимости туристского продукта были учтены прямые и косвенные статьи расходов. Следует отметить, что смета почти всегда носит предварительный характер и в период ее фактического исполнения некоторые цены могут изменяться.

Тур будет состоять из следующих услуг:

- Транспортные перевозки;
- Проживание в отеле;
- Питание (завтраки + ужин);
- Экскурсионная программа;
- Входные билеты на фестиваль «Мультимир».

1. Транспортные расходы в нашем туре включают стоимость передвижения на автобусе из г.Анапа до г.Москва, экскурсионные перемещения по г.Москва и обратно из г.Москва в г.Анапа. Несмотря на то, что в туристической фирме ООО «Анапа+Тур», имеется свой собственный транспорт, а именно один автобус на 50 пассажирских мест, поездку целесообразно организовать, арендовав транспорт у компании «Перевозка 24», по ряду причин, а именно:

- в туристической фирме ООО «Анапа+Тур» всего один туристический автобус;

- продолжительность тура 4дня/3ночи (общее количество, вместе с дорогой), на это время турфирма остается без транспортного средства и не сможет осуществлять деятельность по другим направлениям;

- транспортное средство фирмы ООО «Анапа+Тур» не рассчитано на столь длинные расстояния, поскольку практически все поездки организуются фирмой в пределах края, для такого вида тура необходим транспорт комфортнее.

Для решения данного вопроса, предлагается арендовать транспорт у компании «Перевозка 24», а именно автобус Hyundai Aero Town, на 33 пассажирских места.

Цена аренды автобуса 8000 руб./смена одного водителя:

Время аренды автобуса составит – 84 часа(время путёвки):  
 $84\text{ч.}/10\text{ч.}(\text{смена одного водителя}) = 8,4$  смены на одного водителя;  $8,4 * 2$  (водителя) = 16,8 количество смен на два водителя;  $16,8\text{смен} * 8000\text{р.} = 134400\text{т.р.}$

2. Калькуляционная статья «Расходы на проживание» рассчитывается исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, сезона, расселения, количества суток проживания, количества человек в группе и предоставляемых групповых скидках.

Проживание планируется в гостинице Измайлово «Бета», по адресу: г.Москва, Измайловское шоссе д. 71, корп. 2Б. Номерной фонд в гостинице Измайлово весьма разнообразен начиная от «Эконом» и заканчивая «Люкс Премьер». Свой выбор мы остановим на двухместных номерах категории «Стандарт», они обеспечены всем необходимым для проживания с комфортом.

Цена за проживание в двухместном номере категории «Стандарт» в среднем составляет - от 2000 руб. за сутки. Предполагается что, тур будет состоять из одного ребенка и одного взрослого (сопровождающего), если же число детей будет больше одного, в номере категории «Стандарт» предусмотрены дополнительные места.

Размещение детей в номере с родителями:

- до 7 лет - бесплатно (детям до 4 лет предоставляется бесплатная детская кроватка)

- от 7 до 14 лет стоимость дополнительной кровати - 700 р.

Ранний заезд:

- с 00:00 до 6:00 часов - 500р.

- с 06:00 до 14:00 часов - 250р.

Итого цена за проживание в 2-х местном номере составит:

2000т.р. + 250р. (ранний заезд, 07.00 - 08.00ч.) = 2250т.р.

3. Расходы на питание. Поскольку тур организуется для детей, очень важно позаботиться о питании, поэтому в решено было включить в тур, как завтраки, так и ужины.

Для гостей отеля «Бета» Измайлово в ресторане сервируются континентальные завтраки и ужины по системе «шведский стол». Континентальный «шведский стол» - это широкий выбор блюд и напитков на любой вкус.

Стоимость континентального завтрака по системе «шведский стол»:

- 07:00-10:30 континентальный завтрак «шведский стол» - 470 руб./чел.

- 19:00-21:00 континентальный ужин «шведский стол» - 490 руб./чел.

Получаем: 1 человека: 2 завтрака + 1 ужин =  $(470 * 2) + 490 = 1430$ р.

4. Калькуляционная статья «Расходы на экскурсионную программу» включает только те расходы по экскурсионному обслуживанию, которые входят в обязательную программу тура. Обычно это 2-3 экскурсии и указывается, что при желании на месте турист может оплатить дополнительные экскурсии. Стоимость экскурсий зависит от цены входного билета, а также стоимости услуг гидов – экскурсоводов или сопровождающего. В калькуляцию включают стоимость билета на группу или умножением стоимости одной экскурсии на количество туристов.

Сопровождать группу в поездке, а также проводить экскурсии будет гид – экскурсовод турфирмы ООО «Анапа+Тур», оплата за услуги которого будет



включена в статью косвенных расходов. В программу тура на фестиваль «Мультимир» входят следующие экскурсии:

- Экскурсия на Останкинскую телебашню «Панорама Москвы 360°» - 1 час;
- Обзорная экскурсия по главной площади страны - Красной площади – 1 час.

Стоимость посещения Останкинской телебашни по маршруту «Панорама Москвы 360°» приводится в таблице 8.

Таблица 8 - Стоимость посещения «Панорама Москвы 360°»

<b>Сеансы</b>	<b>Будние дни Сеансы в 10:00 и 11:00</b>	<b>Будние дни Сеансы с 12:00</b>	<b>Выходные и праздничные дни</b>
Взрослый билет	900 руб.	1 200 руб.	1 400 руб.
Льготный билет *	600 руб.	800 руб.	900 руб.

\* Льготный тариф действует для детей и школьников с 6 до 18 лет, учащихся дневного отделения средних специальных учебных заведений, студентов дневного отделения высших учебных заведений и пенсионеров при предъявлении документа, подтверждающего льготу. Льготный билет действует также для групп от 15 человек.

За основу берем среднюю стоимость льготного билета, получаем:

800р.\* 30чел. = 24000т.р. – стоимость экскурсии на группу.

Затраты на проведение еще одной обзорной экскурсии по Красной площади, будут включены в статью косвенных расходов.

Посещение парка «Зарядье» является прогулкой, а не экскурсионной программой, вход, в который свободный. Посещение в парке таких объектов как: медиакомплекса «Полет» и медиахолла, Выставочного зала, а также подземного музея «Зарядье» и Флорариума - платное, данные объекты оплачиваются отдельно по выбору туристов. Билеты можно будет приобрести в кассах и платежно - навигационных терминалах на территории парка, а также на сайте или в мобильном приложении.

5. Входные билеты на фестиваль «Мультимир».

Как уже отмечалось, что из-за сложившейся эпидемиологической обстановки, здоровье и безопасность гостей сегодня важнее всего, поэтому было принято решение о переносе фестиваля. В виду этого, на официальном сайте нет цен на входные билеты. Поэтому стоимость входного билета будет рассчитываться исходя из цены предыдущего 2019 года.

В 2019 году цена на билеты составляла от 600 до 850 рублей. Рассчитаем по средней стоимости билета -700 рублей. Получаем:  $700 \text{руб.} * 30 \text{чел.} = 21000 \text{руб.}$

В стоимость билета входят все активности: посещение всех выставок и программ фестиваля; фотосессии с любимыми мультгероями; аквагим; батуты; игровые площадки и квест; концерт и мультики - за все это не надо платить дополнительно (конечно, кроме фудкорта и зоны ритейла).

Так же предусмотрены билеты для льготных категорий граждан, при предъявлении соответствующих документов. В льготную категорию попадают:

- дети до 3-х лет – бесплатно (проходят по 1 билету со взрослым);
- инвалиды – бесплатно (как дети, так и взрослые);
- ветераны ВОВ – бесплатно;
- по потере кормильца – детям бесплатно;
- многодетным семьям – скидка 20% на семью.

Стоимость готового продукта (тура), складывается из затрат, связанных с его организацией. Анализ себестоимости продукции обычно начинают с изучения общей суммы затрат в целом, по основным наименованиям и косвенных затрат.

В таблице 9 приводится калькуляция себестоимости тура на ежегодное событийное мероприятие, фестиваль «Мультимир» и, хотя общее число группы 30 человек, расчёты будут формироваться по принципу один к одному (1ребенок + 1сопровождающий).

Таблица 9 - Калькуляция себестоимости тура на фестиваль «Мультимир»

№	Наименование статей калькуляции	В стоимостном выражении на группу 30 человек (в руб.)	В стоимостном выражении на 1 человека (в руб.)
1	Транспорт-аренда автобуса	134400	4480
2	Проживание в гостинице Измайлово «Бета»	33750	1125
3	Питание (завтраки+ужин)	42900	1430
4	Экскурсия «Панорама Москвы 360°»	24000	800
5	Входной билет на фестиваль «Мультимир».	21000	700
<b>Итого прямых затрат:</b>		<b>256050</b>	<b>8535</b>
6	Косвенные затраты	25605	853
<b>Полная себестоимость:</b>		<b>281655</b>	<b>9388</b>
7	Прибыль (20% от общей себестоимости)	56331	1878
<b>Всего: 281655 + 56331 = 337986</b>			
8	НДС - 18%	60837	2028
<b>Общая стоимость тура с НДС</b>		<b>398823</b>	<b>13294</b>

Описание расчётов:

1. Транспорт - аренда автобуса у компании «Перевозка 24» Hyundai Aero Town, на 33 пассажирских места (подробное описание расчетов приводятся в пункте один, транспортные расходы).

2. Проживание в гостинице «Бета» в 2-х местном номере категории «Стандарт»: 1ночь \* 2000т.р. + 250р. (ранний заезд, 07.00 - 08.00ч.) = 2250т.р. за номер, поскольку номер двухместный, в номере будут размещаться два туриста (родитель + ребенок), цена за одного составит:  $2250/2 = 1125$ т.р.

3. Питание (завтраки + ужин): 2 завтрака + 1 ужин =  $(470 * 2) + 490 = 1430$ р.

На группу:  $1430р. * 30чел. = 42900$ т.р.

4. Экскурсия «Панорама Москвы 360°»:  $800р. * 30чел. = 24000р.$  – стоимость экскурсии на группу.

5. Входной билет на фестиваль «Мультимир»:  $700р. * 30чел. = 21000р.$

Итого прямых затрат:  $134400 + 33750 + 42900 + 24000 + 21000 = 256050р.$

6. Косвенные затраты (10% суммы затрат):  $256050 * 10 / 100 = 25605руб.$

Полная себестоимость:  $256050 + 25605 = 281655р.$

7. Прибыль фирмы (20% величины расходов):  $281655 * 20 / 100 = 56331р.$

Всего:  $281655 + 56331 = 337986р.$

8. НДС(18%):  $337986 * 18 / 100 = 60837р.$

Всего (с учетом НДС):  $337986 + 60837 = 398823р.$

Стоимость тура на фестиваль «Мультимир» на 1 человека составит: 13294руб., на группу из 30 человек: 398823руб. Исходя из расчётов, можно заметить, что новый турпродукт не назовешь бюджетным вариантом, но и не отнесешь к категории дорогостоящих туров, ведь это тур в столицу России – Москву не просто на типовую экскурсию, а на одно из событийных мероприятий России, а именно на ежегодный фестиваль «Мультимир». Несмотря на свою непродолжительность (2дня /1 ночь, без учета дороги), тур получился очень насыщенным по программе, необычным, ярким и запомнится не только детям, но и родителям, а его реализация на рынке тур.услуг города Анапы укрепит положение турфирмы ООО «Анапа+Тур» среди конкурентов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Международный день защиты детей установлен более 70 лет назад при поддержке Организации Объединенных Наций (ООН) ради счастливого детства всех малышей и подростков планеты. Сегодня День защиты детей отмечается в более, чем 30 государствах мира – проводятся концерты с участием звезд эстрады мирового уровня, социальные и благотворительные акции, фестивали.

Фестивали призваны способствовать творческому росту, развитию вовлечению детей в фестивальное движение в России и за рубежом. Дети из разных стран и городов встречаются для обмена творческими достижениями, общения, игр, международной творческой дружбы и участия в разного вида конкурсах.

Фестивали в составе тура – это большое путешествие для детей и их родителей по стране, совмещенное с фестивальными выступлениями, экскурсиями и прогулками по красивейшим городам, как России так и мира. Такие программы могут быть весьма познавательны и запоминаются надолго, как яркое приключение.

В начале исследования была поставлена цель - изучить теоретические основы событийного туризма; изучить теоретические основы событийного туризма; дать общую характеристику работы предприятия ООО «Анапа+Тур» и провести анализ портфеля ее туров; а, так же, разработать новый событийный тур на фестиваль «Мультимир» для детей.

В результате анализа напрашиваются следующие выводы:

1. На сегодняшний день можно с точностью утверждать, что событийный туризм выделяется среди прочих видов туризма и отличается, в виду своей уникальности. Наиболее значимыми являются крупные события в спортивном сегменте, модные показы, выставки и фестивали, музыкальные концерты, а так же праздники, имеющие национальную принадлежность. Также подтверждением тому, что это стремительно развивающиеся направление говорит тот факт, что разрабатывается большое количество программ

поддерживающих эту отрасль. Подтверждение этому служит: создание Национального календаря событий РФ при поддержке Министерства культуры РФ(2013г.); учреждение по инициативе Министерства культуры РФ Всероссийского конкурса в области событийного туризма в рамках ярмарки событийного туризма «Russianopen Event Expo» (2013г); учреждение Национальной ассоциации в области событийного туризма (2015г.).

2. Туристическая фирма ООО «Анапа+Тур» работает на рынке тур услуг г. Анапы с 1999 года и имеет постоянных клиентов, число которых с каждым годом увеличивается. При работе с портфелем туров ООО «Анапа+Тур» мною было замечено, что фирма занимается организацией тематических экскурсий для детских организованных групп (ДОЛ, ДСОЛ), информационные туры и тематические программы выходного дня, экскурсии по живописным местам Кубани. Так же было замечено, что турфирма не имеет как таковых событийных туров, экскурсий, в основном это туристские программы, которые отчасти могут включать событийную составляющую, но все же являются второстепенным фактором, дополнением к экскурсионному туру и с легкостью могут быть убраны из программы.

Подводя итог портфелю туров агентства ООО «Анапа+Тур» можно отметить ее мобильность, несмотря на то что, событийные туры не являются сформированной услугой, агентство предпринимает точечные попытки внедрять этот вид программ. В связи с этим новое предложение не только поможет правильно двигаться в этом направлении, но и привлечет потребителя, при этом все только выиграют.

3. Результатом разработки нового турпродукта стал событийный тур на ежегодный фестиваль «Мультимир» проходящий в самом большом павильоне ВДНХ №75 г.Москва. Это масштабный праздник мультфильмов, приуроченный ко дню защиты детей и началу летних каникул, а также крупнейшее анимационное событие в России, не имеющее аналогов.

«Мультимир» — это запоминающийся концерт, торжественный парад, творческие мероприятия, квесты, конкурсы, премьеры и встречи с самыми

интересными мультгероями, и всё это под одной крышей. Фестиваль длится 4 дней, и за это время дети успевают поучаствовать во множестве конкурсов и квестов, увидеть различные мультфильмы (в том числе эксклюзивные премьеры), встретить любимых мультгероев и даже отправиться путешествовать в виртуальную реальность. Насыщенную программу помогают устроить российские анимационные студии, популярные зарубежные мультипликационные бренды, детские телеканалы, лицензионные агентства и производители товаров и услуг для детей.

В программу тура, кроме основного события – посещения фестиваля, включены некоторые виды экскурсии и интересные места г.Москвы а, именно:

экскурсия на Останкинскую телебашню «Панорама Москвы 360°», обзорная экскурсия по главной площади страны - Красной площади, посещение городская достопримечательность, символа современной Москвы - парка «Зарядье».

4. Помимо описания туристического маршрута, был произведен расчет себестоимости тура, который позволил оценить его предполагаемую рентабельность. Стоимость тура на фестиваль «Мультимир» на 1 человека составит: 13294руб., на группу из 30 человек: 398823руб. Исходя из расчётов, можно заметить, что новый турпродукт не назовешь бюджетным вариантом, но и не отнесешь к категории дорогостоящих туров, ведь это тур в столицу России г. Москва не просто на типовую экскурсию, а на одно из событийных мероприятий России, а именно на ежегодный фестиваль «Мультимир». Несмотря на свою непродолжительность (2дня /1 ночь, без учета дороги), тур получился очень насыщенным по программе, необычным, ярким и запомниться не только детям, но и родителям. А реализация его на рынке тур услуг города Анапы укрепит положение турфирмы ООО «Анапа+Тур» среди конкурентов.

Подводя итог всей проделанной работы, можно с уверенностью сказать, что событийный туризм является эффективным средством духовного и физического развития личности, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями. Он занимает одно из ведущих мест на туристическом

рынке, так как с его помощью можно создать туристам (особенно детям) праздник на короткий срок и обеспечить положительные эмоции на весь следующий год. Поэтому перед турфирмами стоит задача, если не разрабатывать самим непосредственно такие мероприятия, то включать такие маршруты на готовые фестивали, в перечень своих туристических направлений.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование турист-ских услуг. Общие требования: национальный стандарт РФ от 30.11.2010 г. № 580-ст // Техэксперт: электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]: официальный портал. – М.: Издво стандартов, 2001. – 6 с.
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы: распоряжение Правительства РФ от 27.12.2012 г. № 2567-р.
3. Федеральный закон № 465-ФЗ (о детском отдыхе) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования государственного регулирования организации отдыха и оздоровления детей»
4. Постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 28 декабря 2015 г. № 1335 «О министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края»
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // [Электронный ресурс]. <http://static.government.ru/>.
6. Акбердин, Р.З. Совершенствование структуры, функций и экономических взаимоотношений управленческих подразделений предприятий при формах хозяйствования / Р.З. Акбердин. - Учебное пособие. – М.: ГАУ, 2016 - 352 с.
7. Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона [Текст]: автореф. Алексеева Ольга Валентиновна ; Рос. междунар. акад. туризма. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 24с.
8. Алтухов, С.В. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями [Текст] : учебно-методическое пособие / С.В. Алтухов. – М.: Советский спорт, 2017. – 206 с.

9. Аникин, Б.А. Высший менеджмент для руководителя / Б.А. Аникин. - Учебное пособие. – 2-е издание, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. - 279 с.
10. Асанова, И.М., Дерябина, С.О., Игнатъева, В.В. Организация культурно - досуговой деятельности. М.: Изд-во «Академия», 2018. – 95с.
11. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на Дону: Феникс, 2018. – 252 с.
12. Береговая, И.Б. К вопросу об управлении конкурентоспособностью предприятия / И.Б. Береговая // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмен. 2016. №2. С.137-141.
13. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. - 77 с.
14. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
15. Боголюбов, В. С. Экономика туризма: учеб. пособие / В. С. Боголюбов. – М.: «Академия», 2016. – 92 с.
16. Гойхман, О.Я. Организация и проведение мероприятий: учебное пособие. 2-е изд. М.: Изд-во «ИНФРА-М», 2018.- 55с.
17. Дмитриев, Д.В. Специфика событийного туризма как сегмента регионального рынка туристских услуг // Мир экономики и права. – 2018. №10. – 52 с.
18. Дятлов В.Л. Управление персоналом: Учебное пособие для вузов / В.Л. Дятлов, А.Я. Кибанов, В.Т. Пихало. - М.: Академия, 2017. – 631 с.
19. Иванова, И.А. Менеджмент: Учеб.пособие. – М.: Издательство РИОР, 2015. – 96 с.
20. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 172 с.

21. Кисилевич, Т.И. Аудит туристских организаций: учебное пособие / – М: Финансы и статистика, 2019. -205с.
22. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение /Ю.Д. Красовский. – М.: ЮНИТИ – Дана, 2015. – 528 с.
23. Купченко, А. Событийный туризм в России // В книге: Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции. Редакторы: Огнева С.В., Шемятихина Л.Ю. – Москва, 2015. –78с.
24. Лакомов, Е.А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму [Текст]: автореф. дис./ Лакомов Евгений Александрович ; Гос. ун-т упр. – М., 2018. – 27 с.
25. Литвак, Б.Г. Управленческие решения / Б.Г. Литвак. Учебник. – 2 – е изд. – М.: Дело, 2016. – 440 с.
26. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури. – М., 2017. – 720 с.
27. Медведева, Е.В. Особенности калькулирования себестоимости туристского продукта. Междунар.науч.конф. Т.П. – М.: РИОР, 2019г. – 207с.
28. Плотникова, Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. Информационные технологии в сфере гостеприимства Текст: в 2-х ч. Ч.2/ Плотникова Н.И. – М.: Советский спорт, 2016. – 208 с.
29. Путрик, Ю. С. Образовательный туризм в России: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 237 с.
30. Рогожин, С.В., Рогожина Т.В. Теория организации: Учебное пособие / С.В. Рогожин, Т.В. Рогожина. – 2-е изд.стереотип. – М.: Издательство «Экзамен», 2017. – 320 с.
31. Романова, И.А., Анисимова, В.В., Рововая, Т.А. Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. Т.1. №1. – с.49.

32. Саак, М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства Текст: учеб. пособие/ Саак, М.В., Якименко, М.В.. – М.: Питер, 2018. – 423 с.
33. Сапогина, Л.А. Бухгалтерский учет и налогообложение в туристической фирме: учебное пособие. –М.: Кнорус, 2017. – 60с.
34. Тебекин, А.В. Менеджмент организации: учебник /А.В.Тебекин, Б.С.Касаев. – М.: КНОРУС, 2016. – 416с.
35. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б.Л.Еремина. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2017. – 623 с.
36. Уткин, Э.А. Курс менеджмента: Учебник для вузов / Э.А. Уткин. - Финансовая Академия при Правительстве РФ. – М.: Зерцало, 2018. – 448 с.
37. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб.пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2016. – 544 с.
38. Чудновский, А.Д., Жукова, М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие/ – М.: Федеральное агентство по туризму, 2018. – 124с.
39. Официальный сайт фестиваля «Мультимир» [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://multimir.tv/> (дата обращения: 10.03.2020).
40. Официальный сайт студенческого научного форума [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018002911> (дата обращения: 20.04.2020).
41. Официальный сайт турфирмы ООО «Анапа+Тур»[Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <http://anapatourism.ru/> (дата обращения: 20.04.2020).
42. Официальный сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://min.kurortkuban.ru/ministry/obshchaya-informatsiya/>(дата обращения: 06.05.2020).
43. Официальный сайт Государственного учреждения Краснодарского края «Курорты Краснодарского края» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://www.gbukkk.ru/kalendar> (дата обращения: 02.04.2020).

44. Официальный сайт Комитета по физической культуре и спорту администрации Краснодарского края [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://delfin-nvrsk.ru> (дата обращения: 06.04.2020).

45. Официальный сайт отеля «Бета» Измайлово [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://www.hotelbeta.ru/contacts/> (дата обращения: 30.04.2020).

46. Официальный сайт современного парка - «Зарядье» [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://www.zaryadyepark.ru/> (дата обращения: 20.04.2020).

47. Официальный сайт сетевое издание ООО «Синапс» [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://synapsenet.ru/> (дата обращения: 5.05.2020).

48. Федеральный интернет-портал Перевозка#24 [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://perevozka24.ru/> (дата обращения: 2.05.2020).

49. Официальный сайт компания «0+ Media» [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://0plusmedia.ru/kontakty/> (дата обращения: 2.03.2020)

50. Официальный сайт Останкинской телебашни [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://tvtower.ru/> (дата обращения: (24.03.2020).

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

**Дополнительные виды деятельности предприятия «Анапа+Тур» по  
ОКВЭД 2**

46.90	Торговля оптовая неспециализированная
47.11	Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах
47.19	Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах
47.78.9	Торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах
49.3	Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта
49.31	Деятельность сухопутного пассажирского транспорта: внутригородские и пригородные перевозки пассажиров
49.31.2	Деятельность прочего сухопутного транспорта по регулярным внутригородским и пригородным пассажирским перевозкам
49.39	Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта, не включенная в другие группировки
49.39.1	Перевозки междугородные и специальные сухопутным пассажирским транспортом по расписанию
49.39.3	Перевозки пассажиров сухопутным транспортом нерегулярные
49.39.31	Аренда городских и междугородных автобусов с водителем
49.39.32	Перевозка пассажиров автодорожными средствами для осмотра достопримечательностей
49.39.33	Перевозки чартерные нерегулярные на близкие расстояния городскими и междугородными автобусами
49.39.34	Перевозки чартерные нерегулярные на дальние расстояния городскими и междугородными автобусами
49.39.39	Перевозки пассажиров сухопутным транспортом прочие, не включенные в другие группировки
49.41	Деятельность автомобильного грузового транспорта
49.42	Предоставление услуг по перевозкам
55.10	Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания
55.20	Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания
55.90	Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания
56.29.3	Деятельность по доставке продуктов питания учебным, спортивным и прочим учреждениям (по льготным ценам)
56.30	Подача напитков
68.10	Покупка и продажа собственного недвижимого имущества
68.20	Аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом
68.31	Деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе
73.12	Представление в средствах массовой информации
73.20.1	Исследование конъюнктуры рынка
77.11	Аренда и лизинг легковых автомобилей и легких автотранспортных средств
77.39	Аренда и лизинг прочих видов транспорта, оборудования и материальных средств, не включенных в другие группировки
79.11	Деятельность туристических агентств
79.12	Деятельность туроператоров
79.90.1	Деятельность по предоставлению туристических информационных услуг
79.90.21	Деятельность туристических агентств по предоставлению экскурсионных услуг
79.90.3	Деятельность по предоставлению туристических услуг, связанных с бронированием
79.90.31	Деятельность по бронированию билетов на культурно-развлекательные мероприятия
82.30	Деятельность по организации конференций и выставок
85.41	Образование дополнительное детей и взрослых
86.90.4	Деятельность санаторно-курортных организаций

**ПРАВИЛА ПОСЕЩЕНИЯ  
АНИМАЦИОННОЙ ВЫСТАВКИ И ФЕСТИВАЛЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ  
«МУЛЬТИМИР»  
МОСКВА 2020 г.**

Уважаемый посетитель, информируем Вас о том, что, приобретая билет на анимационную выставку и фестиваль «Мультимир», Вы соглашаетесь со следующими правилами.

**1. Общие положения**

1.1 Настоящие правила распространяются без исключения на всехGuestов, находящихся на Мероприятии.

1.2 Приобретая билет на посещение Мероприятия, Гости соглашаются с настоящими Правилами, а также с правилами посещения отдельных Игровых территорий.

1.2.1 В целях обеспечения безопасности Guestов Администрация оставляет за собой право ограничить доступ Guestов к некоторым элементам Игровых территорий, при этом Организатор считается исполнившим все свои обязательства в полном объеме, а стоимость посещения Мероприятия (билета) не подлежит изменению в сторону уменьшения.

1.2.2 Каждый элемент Игровой территории рассчитан на использование Guestами определенного возраста, роста, веса, а также на определенное количество единовременных пользователей, о чем Администрация обязана уведомить Guestа визуально (с помощью информационных табличек) или на словах.

1.2.3 Гости обязаны соблюдать правила, установленные для каждого элемента Игровой территории в соответствии с информационной табличкой или вводным инструктажем, который проводит Администрация соответствующей Игровой территории до начала его использования.

1.3 В случае нарушения правил посещения Игровых территорий, указанных в настоящих Правилах, озвученных Администрацией или перечисленных в информационных табличках Игровых территорий, вся ответственность за возможные последствия и травмы возлагается на Взрослого и/или Сопровождающего Ребенка/Детей нарушившего или допустившего нарушение Правил.

1.4 Организатор не несет ответственности за несчастные случаи, возникшие вследствие нарушения Guestами настоящих Правил или правил отдельных Игровых территорий, а также общепринятых мер предосторожности.

1.5 В случае нарушения Guestами настоящих Правил, правил отдельных Игровых территорий, а также неадекватное поведение Guestов (агрессия, создание опасности причинения вреда здоровью, имуществу и жизни третьих лиц), Администрация вправе прекратить пребывание Guestов на Мероприятии, при этом стоимость билетов возврату не подлежит.

1.6 Время от времени Организатор вправе в одностороннем порядке вносить изменения в настоящие Правила, путем размещения утвержденной редакции Правил на сайте по постоянно действующему адресу в сети Интернет <http://multimir.tv/>

**2. Режим работы Мероприятия**

2.1 Анимационная выставка и фестиваль детских развлечений «Мультимир» пройдет с 30 мая по 2 июня 2019 года. Мероприятие начинает работу в 10:00 по московскому времени, заканчивает работу в 19:00 по московскому времени. Во все дни Мероприятия билетные кассы и вход закрываются в 18:00 по московскому времени.

**3. Возраст гостей**



3.1 Рекомендованный возраст посетителей Мероприятия – от 3 (трех) до 10 (десяти) лет.

3.2 На Мероприятии могут встречаться отдельные Игровые территории, включающие в себя элементы с ограничением по возрасту, весу и количеству пользователей. В этом случае приоритетной является информация, озвученная Администрацией данной Игровой территории и/или указанная на информационной табличке.

#### **4. Билеты и порядок посещения Мероприятия**

4.1 Билеты на Мероприятие продаются только Взрослым или Покупателям. При этом:

А) Количество билетов на каждый конкретный день Мероприятия может быть ограничено Организатором из соображений безопасности и допустимого максимума пропускной способности павильона;

Б) Администрация Мероприятия оставляет за собой право потребовать у Покупателя документ, удостоверяющий личность, для подтверждения возраста Ребенка/Детей, для подтверждения права на получение льготного билета;

В) Администрация Мероприятия оставляет за собой право изменить стоимость входного билета в любой момент предварительных продаж или продаж в дни мероприятия.

4.2 Младенцы посещают Мероприятие бесплатно вместе с Сопровождающим, при наличии у последнего входного билета.

4.3 Дети до 3-х лет посещают Мероприятие бесплатно вместе с Сопровождающим, при наличии у последнего входного билета.

4.4 Перед входом на Мероприятие Покупатель приобретает входной билет в кассах павильона 75, в кассах ВДНХ, на официальном сайте Мероприятия, на сайтах билетных партнеров Мероприятия. Стоимость входного билета определяется ценами, утвержденными Организатором. Билет покупается на каждого Гостя.

4.5 Билет на Мероприятие действует только в тот день, на который приобретен билет.

4.6 Приобретение входного билета гарантирует право входа и нахождение на Мероприятии на условиях, предусмотренных настоящими Правилами, неограниченное количество времени в течение дня, на который приобретен билет. В случае, если Гость находился на Мероприятии меньшее количество времени, то стоимость посещения Мероприятия изменению в меньшую сторону не подлежит, а Организатор считается исполнившим все свои обязательства перед Гостем в полном объеме.

4.7 Гости обязаны сохранять билеты до конца своего пребывания на Мероприятии.

4.8 Билет дает право единоразового входа на территорию Мероприятия. В случае выхода за территорию и желаний войти обратно Гостю необходимо приобрести новый билет.

4.9 В стоимость билетов на посещение Мероприятия не входит стоимость товаров и/или услуг, реализуемых за отдельную плату, в том числе, но не ограничиваясь:

а) еда и напитки, реализуемые в зоне питания Мероприятия,

б) сувенирная продукция, игрушки и другие товары, реализуемые Организатором и/или третьими лицами на Мероприятии.

#### **5. Порядок посещения Мероприятия льготными категориями граждан**

5.1 Правом на бесплатный вход на Мероприятие обладают следующие льготные категории граждан:

А) Инвалиды I, II, III группы и сопровождающее их лицо,

Б) Участники, ветераны и инвалиды ВОВ и приравненные к ним лица,

В) Несовершеннолетние дети по случаю потери кормильца и сопровождающее их лицо.

5.2 Право на покупку билета со скидкой 20% предоставляется членам многодетных семей. Скидка действует на обоих родителей и детей, указанных в документе, подтверждающем статус многодетности.

5.3 Билеты для льготных категорий граждан приобретаются только во время Мероприятия в кассовом зале павильона №75 при предъявлении соответствующих документов.

5.4 Члены семьи гражданина, имеющего право на льготный вход, обязаны приобрести билеты на общих условиях. Исключение составляет одно сопровождающее лицо.

## **6. Правила поведения на Мероприятии**

6.1 Заботясь о здоровье Гостей Мероприятия, Организатор настоятельно не рекомендует посещать Мероприятие лицам с признаками простудных, инфекционных и иных заболеваний, которые могут негативно отразиться на здоровье Гостей. Администрация по своему усмотрению вправе отказать в доступе на Мероприятие Гостям с явными признаками простудного и/или инфекционного заболевания. В случае наличия у Детей/Ребенка особых заболеваний и/или противопоказаний для участия в какой-либо игровой деятельности, использования элементов Игровых территорий, Сопровождающий Детей/Ребенка обязан предварительно, до входа на Мероприятие, письменно уведомить об этом Администрацию.

6.2 На территории Мероприятия запрещается:

А) проносить и использовать опасные для Гостей предметы, в том числе, но не ограничиваясь: колюще-режущие предметы, предметы и вещества, запрещенные или ограниченные в обороте, в том числе огнестрельное оружие, оружие ограниченного поражения, пневматическое, холодное и иное оружие;

Б) проносить и использовать на Мероприятии пиротехнические изделия, включая, но не ограничиваясь: фейерверки, петарды, дымовые шашки, файеры, бенгальские огни;

В) проносить и использовать на Мероприятии любые средства самообороны, включая, но не ограничиваясь: газовые и перцовые балончики, электрошокеры, оружие ограниченного поражения;

Г) курить, в том числе электронные сигареты, курительные смеси и их аналоги;

Д) находиться в состоянии алкогольного, наркотического, психотропного опьянения;

Е) проносить и употреблять алкогольные напитки и наркотические средства;

Ж) проносить на Игровые территории любые еду и напитки;

З) приводить и приносить на Мероприятие любых животных, насекомых, птиц;

И) выносить имущество Мероприятия и его элементы за его пределы;

К) Младенцам и Детям до 14 (четырнадцать) лет находится на Мероприятии без Сопровождающих;

Л) применять физическую силу по отношению к Гостям и Администрации, а также повышать тон, бранить, оскорблять, притеснять своих или чужих Детей, использовать нецензурную лексику, наносить вред имуществу Гостей или Мероприятия;

М) посещать Игровые территории и использовать их элементы в верхней одежде и аксессуарах, наличие которых на Ребенке в момент использования может привести к травме или несчастному случаю.

6.3 Посещение Мероприятия в пачкающей верхней одежде и обуви запрещено. Администрация вправе сделать посетителю замечание и ограничить ему вход на Мероприятие или отдельную Игровую территорию.

6.4 Детские коляски, велосипеды, самокаты и другие средства передвижения рекомендуется оставлять на парковке для велосипедов и колясок, расположенной в фойе павильона №75, перед входом с зал С. Коляски для перевозки младенцев разрешается провозить на территорию Мероприятия.

6.5 Дети не могут самостоятельно, то есть без Сопровождающего, с которым они пришли на Мероприятие, покинуть территорию Мероприятия.

6.6 Посетители обязаны бережно относиться к элементам Игровых территорий, реквизиту, оборудованию и иному имуществу Мероприятия, а после окончания игровой активности – вернуть Администрации Игровой территории весь предоставленный во временное пользование реквизит, а также оборудование и иное имущество Мероприятия, используемое во время игры.

6.7 Сопровождающие вправе производить фото- и видеосъемку Детей, которых они сопровождают. Фото- и видеосъемка на Мероприятии может осуществляться только для личных целей, с использованием непрофессиональной техники.

6.8 На Мероприятии запрещено оставлять без присмотра Младенцев и Детей до 14 (четырнадцати) лет.

6.9 Оставленные без присмотра Младенцы и Дети в возрасте до 14 (четырнадцати) лет отправляются Администрацией на Место встречи, расположение которого указано в навигации Мероприятия. Об обнаружении потерянного Младенца или Ребенка будет сообщено по громкой связи.

6.10 В том случае, если Сопровождающий обнаружил пропажу Ребенка/Детей, он обязан немедленно сообщить о пропаже Администрации Места встречи. В этом случае Администрация передает информацию о пропаже по громкой связи и предпринимает все возможные меры по поиску Ребенка/Детей.

6.11 Дети от 14 (четырнадцати) лет и старше могут находиться на территории Мероприятия без присмотра Сопровождающего при условии наличия у них контактной информации Сопровождающего (имя, фамилия и номер мобильного телефона). При этом Сопровождающий продолжает нести ответственность за Ребенка старше 14 (четырнадцати) лет. Ребенок должен быть обеспечен питьевой водой, а также быть проинформирован о том, где располагается туалет. Вывести Ребенка старше 14 (четырнадцати) лет с территории Мероприятия имеет право только Сопровождающий.

6.12 Сопровождающий обязан немедленно (в течение 15 минут) подойти к Ребенку в возрасте от 14 (четырнадцати) лет, которого он оставил без присмотра, если от Администрации поступит такая просьба.

6.13 Если Ребенка не забрали с Мероприятия по окончании времени работы Мероприятия и/или Сопровождающий не явился в течение 15 минут после связи с ним, а также если по контактному номеру телефона Сопровождающего не удается связаться с ним, Администрация передаст Ребенка полиции.

6.14 Администрация Мероприятия не проверяет полномочия Сопровождающих в отношении Детей, которых они сопровождают. Право Сопровождающих быть законными представителями Детей или представителями в силу иных законных оснований, а также нести ответственность за Детей, которых они сопровождают, для Администрации презюмируются. В противном случае Сопровождающие обязаны письменно сообщить об отсутствии у них достаточных полномочий Администрации.

6.15 Организатор не оказывает услуги по присмотру за Детьми, не несет ответственность за Детей, находящихся на Мероприятии, как под присмотром, так и без присмотра Сопровождающего, и не осуществляет надзора над Детьми. Вся ответственность за нахождение Детей на территории Мероприятия лежит исключительно на Сопровождающих. Администрация не несет ответственности за несчастные случаи, произошедшие вследствие нарушения Гостями настоящих Правил и общепринятых мер безопасности.

6.16 В случае возникновения конфликтной ситуации и/или наличия претензий к работе Мероприятия и/или действиям другихGuestов, Гостю следует обратиться непосредственно к Администрации.

6.17 Физический контакт с Детьми осуществляется Администрацией только в случае, если этого требуют правила отдельного элемента Игровой территории и сценарий игровых активностей, а также если требуется оказание помощи.

6.18 Если Гостю необходимо получить первую медицинскую помощь, ему следует обратиться в Администрацию, которая направит его в дежурную карету скорой помощи, постоянно находящуюся на Мероприятии. В случае необходимости проведения более сложных медицинских манипуляций сотрудники вызовут Гостю скорую помощь.

6.19 Принимая во внимание то, что Мероприятие, с учетом установленного в статье 4 настоящих Правил, является местом, открытым для свободного посещения, Организатор, в

силу положений части 1 статьи 152.1 Гражданского кодекса РФ, вправе использовать изображения Гостей, полученное во время посещения Мероприятия.

## **7. Термины и определения**

7.1 Организатор – АО «Цифровое Телевидение»,

7.2 Мероприятие - анимационная выставка и фестиваль детских развлечений «Мультимир», проводимый с 30 мая по 02 июня 2019 года в павильоне 75 выставочного центра ВДНХ по адресу: 129223, Москва, пр. Мира д.119.

7.3 Гость – любое физическое лицо, желающее воспользоваться и/или пользующееся услугами Организатора, оказываемыми на Мероприятии, в том числе:

7.3.1 Младенец – несовершеннолетнее недееспособное физическое лицо, возраст которого на момент посещения Мероприятия составляет от 0 до 1 года включительно;

7.3.2 Ребенок или Дети – один или несколько несовершеннолетних недееспособных физических лиц, возраст которых на момент посещения Мероприятия составляет от 1 года до 18 лет включительно;

7.3.3 Взрослый или Взрослые – одно или несколько совершенно летних дееспособных физических лиц, а также, в случаях, установленных законодательством, несовершеннолетние дееспособные физические лица;

7.3.4 Сопровождающий – Взрослый, являющийся законным представителем, уполномоченным в силу закона или на иных законных основаниях, нести ответственность за Младенца, Ребенка и/или Детей, которых он сопровождает при посещении Мероприятия;

7.4 Администрация или Администратор – работники или работник Организатора и/или работники или работник третьих лиц, оказывающих услуги и/или реализующих товары на Мероприятии на основании соответствующих договоров, наделенные полномочиями принимать решения в силу своих трудовых обязанностей, в том числе, но не ограничиваясь: сотрудники Дирекции, менеджеры, кассиры, аниматоры.

7.5 Игровая территория – отдельная площадка в рамках Мероприятия, предназначенная для активных и/или тихих игр. Игровая территория имеет покрытие в виде ковролина. На Игровой территории располагаются отдельные Игровые элементы.

7.6 Покупатель – дееспособное физическое лицо или юридическое лицо, осуществляющее оплату товаров и/или услуг, оказываемых Организатором или третьими лицами на Мероприятии, в том числе, но не ограничиваясь: приобретение входных билетов, оплату стоимости товаров, реализуемых на Мероприятии, оплату стоимости блюд и напитков, реализуемых в зоне питания Мероприятия.