

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

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО  
ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ  
В ГОРОД ЕКАТЕРИНБУРГ**

*Выпускная квалификационная работа  
по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм*

Исполнитель:  
Тугушева Елизавета  
Алексеевна,  
студент группы ТТ-41

---

«\_\_» мая 2016 г.

Допущена к защите  
зав. кафедрой туризма  
А.И. Фишелева

---

«\_\_» мая 2016 г.

Научный руководитель:  
А.И. Фишелева,  
канд. пед. наук, доцент

---

«\_\_» мая 2016 г.

Екатеринбург 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ</b> .....	9
1.1. Общая характеристика понятия «познавательно- развлекательный туризм».....	9
1.2. Циклы и модели рекреационной деятельности познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории .....	13
1.3. Психолого-возрастные особенности молодежной аудитории.....	20
<b>ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ В ГОРОД ЕКАТЕРИНБУРГ</b> .....	28
2.1. Маркетинговое исследование актуальности проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.....	28
2.2. Основные этапы проектирования познавательно- развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.....	40
2.3. Экономическое обоснование познавательно- развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.. ..	44
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	55
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	58

<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.</b> Технологическая карта познавательно-развлекательного тура в город Екатеринбург для молодежной аудитории.....	62
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2.</b> Информационный листок познавательно-развлекательного тура в город Екатеринбург для молодежной аудитории.....	64
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.</b> Анкета опроса потенциальных потребителей познавательно-развлекательного тура в город Екатеринбург для молодежной аудитории.....	70

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в Российской Федерации растет интерес к молодежному туризму. Молодежный туризм – это спорт, здоровье, активный досуг, возможность лучше узнать историю, географию, душу России, что бы любить свою страну, ее надо знать, надо увидеть своими глазами. Познав красоту своей земли, невозможно не полюбить ее. Свежий воздух, песни у костра, экстрим, эмоции, новые знания об окружающем мире, движении, преодоление как препятствий, так и себя. Все это – молодежный туризм.

Молодежный туризм – это не просто путешествие с рюкзаком за спиной, а воспитание и закаливание своего характера, выносливости. Туризм для молодежи дает возможность проявить себя, физические нагрузки восстанавливают и укрепляют здоровье. Для молодых туризм – это полезное проведение выходных дней и каникул.

Среди многих мест Российской Федерации большими туристскими ресурсами в развитии молодежного туризма обладает Екатеринбург. Не случайно в 2014 году именно здесь проводился чемпионат мира по программированию, областные соревнования этапа кубка России по Workout, ежегодные спортивные соревнования для молодежи, международная лыжная гонка Гран-При «Спринг Тур», международный турнир по мини-футболу «Кубок Финпромко», так же музыкальные фестивали, такие как фестиваль современной музыки «WMF 2015| Part One! WINTER MUSIC FESTIVAL» – молодежный, музыкальный фестиваль, сочетающий в себе разновидности самых современных музыкальных направлений. Город Екатеринбург, благодаря расположению на границе между Европой и Азией, является центром не только делового туризма, но и познавательно-развлекательного. На сегодняшний день в нем сосредоточены большое количество различных музеев. Можно увидеть каслинское литье и знаменитый каслинский павильон XX в, златоустовскую гравюру на стали, тагильские расписные подносы. В Екатеринбургском музее изобразительных искусств можно

ознакомиться с работами таких выдающихся мастеров как И.И. Шишкин, А.К. Саврасов, В.В. Кандинский, К.С. Малевич. В Екатеринбурге есть уникальное объединение музеев писателей Урала. В число которых входят: дом-музей Ф. М. Решетникова, музей «Литературная жизнь Урала XIX века», музей «Литературная жизнь Урала XX века», музей кукол и детской книги «Страна чудес», камерный театр, дом-музей П. П. Бажова, дом-музей Д. Н. Мамина-Сибиряка. К числу музеев которые пользуются популярностью у молодежной аудитории можно отнести: музей истории архитектуры и дизайна Урала ГАХА, Свердловский областной краеведческий музей, музей истории Екатеринбурга, музей истории камнерезного и ювелирного искусства, музей радио им. А.С. Попова, Свердловский областной краеведческий музей, Уральский геологический музей, фотографический музей «Дом Метенкова», музей В. Высоцкого, музей Невьянской иконы, музей памяти воинов-интернационалистов Шурави, президентский центр Бориса Ельцина, музей военной техники «Боевая слава Урала», так же музеи развлекательного характера: парк бабочек, крокодиловая ферма, зоопарк, особый интерес для гостей города и туристов представляют природный памятник «Каменные палатки». Возраст этих скал около 300 млн. лет. Археологи считают эти места доисторическим местом металлургического производства, также в те давние времена здесь находилось место языческих жертвоприношений. Это уникальный памятник находится в Шартранском лесопарке. Выходы гранитных плит образуют стопку высотой до 18 метров.

Екатеринбург – один из крупнейших театральных центров России. По количеству театров Екатеринбург занимает 3-е место в России после Москвы и Санкт-Петербурга. В настоящее время по официальной информации в городе действует 24 театра. Среди них наиболее известные – это: Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета, Екатеринбургский муниципальный театр юного зрителя, Свердловский государственный академический театр драмы, Екатеринбургский муниципальный театр кукол, Свердловский государственный академический

театр музыкальной комедии, Свердловская государственная академическая филармония, народный студенческий театр «Старый дом» (УрФУ, бывший УГТУ-УПИ), театр балета «Сказка» (Центр культуры «Урал»), Екатеринбургский государственный цирк им. В. И. Филатова, молодёжный театр-студия «Галёрка», молодёжный театр «АПрель», открытый Студенческий Театр (О. С. Т.), Муниципальный театр балета «Щелкунчик» и др.

Наряду с познавательным в Екатеринбурге все большую популярность в молодежной среде набирает развлекательный туризм. В Екатеринбурге находятся такие развлекательные заведения как: Центральный парк культуры и отдыха им В.В. Маяковского (ЦПКиО), Аквапарк «Лимпопо», парк чудес «Галилео», екатеринбургский цирк, котокафе «Кошкин дом», ледовый городок на площади 1905 года в новогодние праздники, киноконцертный театр «Космос», боулинг «Пять звёзд», дом квестов, бильярд «Пять шаров», пейнтбол «Лазербой», Наряду с дневными развлекательными заведениями в Екатеринбурге, активно работают и вечерние, и ночные развлекательные заведения среди них: Екатеринбурга как Tele-Club, Пушкин Central Club, Podzemka, Chili, Show Girls Cabaret, Гадкий кайот, Lynch, Клуб White House, Клуб-бар Agave.

В Екатеринбурге насчитывается 48 учебных заведений высшего профессионального образования, 16 из них являются филиалами и представительствами иногородних вузов. В настоящее время в городе имеется 18 государственных вузов, в которых в общей сложности обучается более 140 тысяч студентов. Кроме этого, в городе открыто 14 негосударственных вузов, в том числе одно муниципальное учреждение – Екатеринбургская академия современного искусства и одно церковное – Екатеринбургская духовная семинария. Так же в Екатеринбурге находятся 22 технических колледжа и техникума, 25 экономических колледжа и техникума, 7 юридических колледжа и техникума, 8 педагогических колледжа, 8 художественных колледжа, 5 медицинских техникума, 2

сельскохозяйственных колледжа, 2 физкультурных техникума. Все выше сказанное позволяет говорить об актуальности в городе Екатеринбурге развитии молодежного туризма.

Общая характеристика понятия «познавательно-развлекательный туризм» раскрыта в трудах: А.Ю. Александрова, Л.В. Егоренкова, А.Б. Косолапова, И.В. Зорина, Т.П. Кавериной, В.А. Квартальнова.

Технология проектирования познавательно-развлекательного тура раскрыта в работах: А.Б. Косолапова, И.В. Зорина, А.И. Зориной, Е.Л. Драчева, Е.С. Сенина, В. А. Квартального.

Туристские ресурсы города Екатеринбурга изучены в исследованиях: Н.П. Архиповой, Н.А. Тютрюмовой, Л.С. Мининой, И.Н. Корнева, В.Г. Капустина, В. Лукьянин, М. Никулина, Н.Н. Бердикова.

Психолого-возрастные особенности молодежной аудитории дана характеристика в исследованиях: Е.Н. Хрисанфовой, В.А. Квартальнова, Н.А. Волгиной, Л.С. Выгодского, А.Ф. Воловика, Б.А. Трегубова.

Продвижение турпродукта представлено в исследованиях: П. Дуровича, О. Т. Лебедев, Н. С. Морозовой, Р. Морриса, И. Т. Балобанова, В. А. Квартальнова.

Несмотря на богатый культурный, аттрактивный потенциал Екатеринбурга в развитии познавательно-развлекательного туризма для молодежной аудитории на сегодняшний день город нуждается в активном проектировании познавательно-развлекательных туров для данной категории. Таким образом, сложилось **противоречие:**

– между потребностью туристского рынка в развитии познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории в городе Екатеринбурге и их недостаточном проектировании и внедрении в туристскую практику.

**Проблема** исследования заключается в недостаточном количестве познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории в городе Екатеринбурге.

**Объект:** теоретические основы проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории.

**Предмет:** процесс проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

**Цель работы:** спроектировать познавательно-развлекательный тур для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

**Задачи:**

1. Охарактеризовать понятие «познавательно-развлекательный туризм».

2. Описать циклы и модели рекреационной деятельности познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории.

3. Проанализировать психолого-возрастные особенности молодежной аудитории.

4. Провести маркетинговое исследование актуальности проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

5. Описать основные этапы проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

6. Представить экономическое обоснование познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

7. Проанализировать полученный результат.

Структура выпускной квалификационной работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ**

## **1.1. Общая характеристика понятия «познавательно-развлекательный туризм»**

В Федеральном законе от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующее определение понятия «туризм»: «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [2, с. 2].

В настоящее время действует множество видов туризма и каждый выбирает для себя наиболее интересный и привычный, А. В. Бабкина выделяет следующие виды туризма: рекреационный, лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, деловой, спортивный, этнический, гастрономический, научный, круизный, экологический, религиозный, транзитный, образовательный, развлекательный, сельский, событийный [10, с. 2-3].

Одним из распространенных видов туризма является познавательный. В какую бы страну не отправился турист, везде присутствует познавательный интерес. В любой стране есть какие-либо объекты туристского показа или интереса, от памятника истории или культуры до природного явления, все это влечет человека для познания, для расширения кругозора. Даже если турист едет, просто полежать на пляже, он обязательно пройдет по городу, чтобы увидеть что-то новое и неизведанное. И.В. Зорин отмечает что,

познавательный туризм – туристские посещения памятников истории и культуры, туристских территорий и объектов культурного наследия. Познавательный туризм включает в себя поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой стране. В основе этого вида туризма лежит богатая экскурсионная программа. Познавательные цели могут сочетаться с целью отдыха. Существуют две разновидности познавательного туризма: стационарные туры (с пребыванием туристов в одном городе, туристском центре) и маршрутные туры (посещение нескольких центров и городов по определенному маршруту). Программа познавательного туризма в отличие от других видов туризма насыщена экскурсионно-познавательными и культурными мероприятиями. Размещение туристов осуществляется в гостиницах, расположенных, как правило, ближе к историческому центру города, требования к гостиницам могут колебаться от 1 до 5 звезд. Можно выделить несколько видов познавательного туризма:

- познавательно-деловой,
- специализированный,
- неспециализированный

Познавательно-деловой охватывает группы людей, объединенных единой целью или профессиональными интересами. Это могут быть инженеры, врачи, педагоги, специалисты сельского хозяйства и другие, совершающие туристские путешествия по специальным программам и маршрутам. К ним можно отнести туристов, которые налаживают деловые контакты, ученых и специалистов, принимающих участие в работе конференций, конгрессов, съездов, ассамблей, симпозиумов, семинаров, и лиц, приехавших к родным, близким, знакомым на отдых.

Специализированный туризм.

В данном случае туристов привлекают:

- известные архитектурные памятники,

- особенности городских ландшафтов,
- образа жизни наиболее известных мегаполисов.

Специализированный туризм предлагает целенаправленное знакомство с отдельными проявлениями материальной и духовной культуры. Объектами, представляющими интерес для туриста, являются:

- природные достопримечательности (животный и растительный мир, природные ландшафты),
- материальные памятники древнего искусства (культовые сооружения, скульптура, фрески),
- современный уклад жизни народов,
- современная архитектура и скульптура,
- градостроительное искусство,
- музеи и театры.

Неспециализированный познавательный туризм дает участникам туров общие представления о культуре и жизненном укладе народов. Наибольший интерес у туристов вызывают страны, достигшие высокого уровня культуры и оказавшие существенное влияние на ход мировой истории. Удовлетворенность участников туров познавательного туризма будет выше, чем более они готовы к восприятию открывающихся перед ними культурных богатств. Если предварительно намечена программа осмотра достопримечательностей [20, с. 201-203].

Молодым людям свойственно желание проводить время ярко и непринужденно. Именно поэтому увеселительные поездки у данной категории туристов пользуются большой популярностью. Развлекательный туризм предполагает посещение ночных клубов, парков аттракционов, ледовых катков, разнообразных концертов, показов мод и т.п. Кроме того, молодежь тяготеет к посещению курортов, обеспечивающих недорогой и непродолжительный (до двух недель) отдых. Как правило, любой туристской поездке присущи развлечения. Люди отправляются в путь за новыми незабываемыми впечатлениями, острыми ощущениями и положительными

эмоциями. Отдых в сочетании с развлечениями преобладает среди других целей путешествий и формирует наиболее массовые туристские потоки в мире. Это очень популярные во всем мире и разнообразные туры. Основная их цель, естественно, развлечение во время туристской поездки. Т.П. Каверина обращает внимание, развлекательные туры все, имеют небольшой срок проведения. Их длительность составляет обычно 2-4 дня. Самыми распространенными развлекательными турами являются «туры в конце недели» (week-end tour). Некоторые туры, предполагающие посещение тематических парков развлечений, имеют продолжительность 5-7 дней. Основные программы экскурсионные и развлекательные. Экскурсия, как правило, предоставляется одна – обзорная по городу. Основное же направление – развлечения согласно выбранному их виду. Один из видов услуг на таких турах - участие в фестивальных программах, праздничных мероприятиях, проходящих в месте отдыха. При посещении тематических парков – собственно их посещение (обеспечение туристов входными билетами). Вечерние мероприятия развлекательного характера, как правило, обязательны (ресторан, специальный концерт и т. п.). Питание, чаще всего полупансион (завтрак, ужин). Ужин при этом часто приходится на вечерние мероприятия и может войти или не войти в цену путевки в зависимости от обязательности и привлекательности мероприятия. То есть при планировании питания учитывается, входит или не входит ужин в досуговую или даже вечернюю экскурсионную программу. Развлекательные туры могут быть двух разновидностей: 1. Периодические, или разовые, туры – организуются на праздники (рождественские туры), во время каникул, на традиционные фестивали (Венецианский, в Рио-де-Жанейро) или могут быть приурочены к каким-то разовым событиям или мероприятиям (например, 1000-летие христианства или празднование каких-то крупных национальных дат и т. п.). 2. Регулярные, или постоянно действующие, туры – к специально созданным местам постоянно действующих развлечений (Диснейленд или другие тематические парки, казино в Лас-Вегасе (США) и в Сан-Сити (Южная

Африка), другие более мелкие или менее известные места развлечений, привлекающие туристов. Туры в эти места имеют круглогодичный характер [20, с. 57-59].

Таким образом, на основе анализа работ И.В. Зорина, Т.П. Кавериной, В.А. Квартальнова, можно сделать вывод, сущность познавательно-развлекательного туризма состоит в том, что человек может за достаточно короткое время посетить множество достопримечательностей, получить яркие впечатления от культурно-массовых мероприятий, посещения тематических парков. Для организации познавательно-развлекательного тура требуются такие условия, как: богатая история города, благоприятный климат, интересная и красивая природа, множество мест, где можно развлечься (ночные клубы, тематические парки и др.). Расходы на проведение познавательно-развлекательного тура включают: организацию питания и проживания туристов, экскурсионное обслуживание, проведение мастер-классов, входные билеты в музеи по программе, услуги экскурсовода.

## **1.2. Циклы и модели рекреационной деятельности**

### **познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории**

В настоящее время уже почти все турфирмы предлагают своим клиентам обслуживание по определенной программе.

Программа обслуживания – это набор запланированных услуг, распределенный по дням и времени их предоставления. Базовой основой программирования туристского обслуживания являются, конечно, вкусы, привычки и пожелания клиентов. Деятельность мероприятия по расширенному воспроизводству человеческих сил называется рекреационной деятельностью. Программное обслуживание и рекреационная деятельность взаимосвязаны между собой. Без рекреационной деятельности, без рекреационных занятий невозможна хорошая программа обслуживания. Поэтому можно сказать, что рекреационные занятия также есть основа

туристских программ. Рекреационная деятельность отдыхающих и организаторов отдыха выступает как процесс организации пространства и времени, т. е. как деятельность, созидающая, организующая, придающая им некоторую упорядоченность. Программа обслуживания туриста – это определенный цикл рекреационных занятий.

Цикл рекреационных занятий – это:

1. взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание элементарных рекреационных занятий, возникающих на базе ведущего (основного) занятия;
2. взаимосвязанное сочетание различных видов деятельности людей во время отдыха, имеющее целевую ориентацию;
3. программа отдыха, позволяющая на основе поведенческих возможностей и образцов реализовать определенные рекреационные цели в конкретных условиях [20, с. 88].

Построение программ по циклам рекреационных занятий предполагает специализацию туристских предприятий по отдельным видам рекреации. Циклы рекреационных занятий делятся на зимние, летние и внесезонные. Туристское движение носит сезонный характер. Оно проявляется преимущественно в периоды, когда можно принимать солнечные ванны, купаться, заниматься парусным, лыжным, конькобежным или другими видами спорта. Существуют, конечно, и внесезонные занятия, к ним в основном относятся занятия познавательного и развлекательного характера, однако и они сильнее проявляются все-таки в лучшие сезоны. Циклы рекреационных занятий должны удовлетворять двум фундаментальным требованиям: полезности и индивидуальной привлекательности [20, с. 107].

И. В. Зорин и А. И. Зорин, отмечают, что «цикл рекреационной деятельности – это взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание типов рекреационной деятельности (ТРД), возникающего на базе ведущего ТРД» [21, с. 276]. Построение программ по циклам рекреационных занятий предполагает специализацию туристских предприятий по отдельным видам рекреации.

Если рассматривать познавательные и развлекательные циклы рекреационных занятий. Характерна очень высокая требовательность к природным и особенно культурным комплексам. Особенно важны такие свойства, как экзотичность и уникальность, неизменность и разнообразие пейзажа. Познавательные и развлекательные циклы должны быть хорошо обеспечены сетью коммуникаций (автомобильными и пешеходными дорогами) и других инженерных сооружений (например, видовыми площадками). В процессе рекреационной деятельности используются не отдельные компоненты природы и культурного комплекса, а весь комплекс. Для этого типа ТРС характерны меньшая требовательность к комфортности климатических условий, высокая подвижность отдыхающих при кратковременном пребывании в ТРС, высокие требования к информационному обслуживанию, комфортности средств передвижения, мест ночлега и питания. Осмотр культурно-исторических памятников и посещение зрелищ, этому сопутствует любительское творчество, посещение необычных ресторанов. Этот подтип привязан к местам сосредоточения культурно-исторических памятников и событий (фестивали искусств, спортивные соревнования). Познавательно-развлекательный подтип характеризуется разнообразными культурно-развлекательными по своему характеру занятиями – посещением кинотеатров, концертов, ресторанов, разнообразными аттракционами. Рынок познавательно-развлекательного туризма достаточно широк. Он не зависит от возрастной принадлежности туристов, а только от круга его интересов. Интересовать человека может многое, а особенно что-то непривычное и необычное, ранее не виденное и неизвестное. Основную роль в таких программах играют экскурсионно-познавательные и культурные (театры, концерты) мероприятия, направленные на удовлетворение любопытства туристов и так же развлекательные туры (ночные клубы, фестивали). Основная их цель, естественно, развлечение во время туристской поездки. Если организуется исторический тур, то богатая экскурсионная программа призвана осветить

историческое развитие местности на примерах достопримечательных объектов. Культурные мероприятия – это посещение театров, концертов, просмотр пьес национально-исторического характера. В программу включается посещение музеев быта, декоративно-прикладного искусства, исторических, краеведческих музеев и т. д. Если организуется развлечение то это участие в фестивальных программах, праздничных мероприятиях, проходящих в месте отдыха. Досуг на таких познавательно-развлекательных турах характера: творческие встречи, видеопрограммы о месте отдыха, какие-то национальные праздники. Не исключается посещение ресторанов с программой варьете, дегустацией национальных кухонь. Размещение туристов на познавательно-развлекательных турах может быть самым разнообразным – в гостиницах от 1 до 5 звезд. Основное требование местонахождение гостиницы в черте города, желательно ближе к его историческому центру. На маршрутных турах туристов размещают, как правило, в гостиницах туристского класса (в разных странах это от 2 до 4 звезд). Питание на маршрутных турах – обычно полный пансион, так как основное время уделяется экскурсиям, музеям, театрам, фестивальных программах, праздничных мероприятиях и у туристов нет времени самостоятельно организовывать себе питание. Пункты питания заказываются в удобной близости с намеченными экскурсионными объектами. На стационарных турах чаще предлагается полупансион или (реже) только завтрак. При этом нужно учесть, что ряд экскурсионных и досуговых мероприятий включает в себя обед или ужин. На познавательно-развлекательных турах с туристами работают опытные гиды-экскурсоводы. На отдельных тематических экскурсиях экскурсоводы-искусствоведы. Важно при работе с иностранными туристами предоставлять им экскурсии на родном (в крайнем случае на английском) языке. Это является сегодня правилом хорошего тона и негласным правилом хорошего обслуживания. В программе туров необходимо выделять свободное время для самостоятельного осмотра города и знакомства с его магазинами. Как

правило, на познавательных-развлекательных турах половина дня у туристов свободна, так как в день обычно планируется одна экскурсия, и это время туристы могут использовать для знакомства с городом. На маршрутных турах также необходимо предусмотреть свободные «окна» в обслуживании. Обычно массив свободного времени в размере от 0,5 до 1 дня предусматривается в крупных туристских центрах, где туристы останавливаются на 2 или 3 дня. В городах, на посещение которых выделяется всего 1 день, такое время может быть не предусмотрено. Хотя и это, конечно, зависит от построения программы, нагрузки и обилия достопримечательных объектов [20, с.312-314].

На сегодняшний день вопросы ЦРД рассмотрены в исследованиях И.В. Зорина, В.А. Квартальнова. В основу моделирования положены принцип иерархии рекреационной деятельности, а также деятельностный ландшафтный принцип рекреационного проектирования В.С. Преображенского. Эти два принципа позволяют рассматривать рекреационное проектирование как структурно-модульный процесс, схожий с задачей составления слов из букв, предложений – из слов и, наконец, текста – из предложений. Азбука туроператора, исходя из этих принципов, должна содержать вместо букв комбинации рекреационной деятельности. Основные понятия: рекреационная деятельность; элементарное рекреационное занятие; типы рекреационной деятельности (ТРД); циклы рекреационной деятельности (ЦРД).

Рекреационная деятельность – деятельность людей, направленная на расширенное воспроизводство их живых сил и характеризующаяся относительным разнообразием поведения людей и само ценностью ее процесса. Элементарное рекреационное занятие – внутренне целостный, однородный, неразделимый на технологические компоненты элемент рекреационной деятельности [21, с. 112].

Для познавательных-развлекательных туров, характерны такие типы рекреационной деятельности, как (табл. 1):

Таблица 1

## Структурная композиция циклов рекреационной деятельности

Индекс и наименование ЦРД	Наименование ТРД		
	целевые	дополнительные	сопутствующие
$\chi_7$ познавательный	$\beta_{22}$ Экскурсии автобусные	$\beta_{12}$ Прогулка	$\beta_{11}$ Туристский
$\chi_{12}$ развлекательный	$\beta_{23}$ Экскурсии пешие	$\beta_{14}$ Общение	поход
	$\beta_{24}$ Посещение музеев		$\beta_{51}$ Повышение
	$\beta_{25}$ Информационно-познавательная деятельность		квалификации
	$\beta_{42}$ Театр		
	$\beta_{43}$ Зрелища		
	$\beta_{46}$ Танцы		

На основе данного цикла рекреационной деятельности можно разработать программу тура. Сформируем структуру цикла рекреационной деятельности для тура (табл. 2).

Таблица 2

## Структура ЦРД в познавательном туре

Индекс ТРД	Наименование ТРД	Наименование и индексы ЦРД
1	2	3
		$\chi_7$ познавательный
$\beta_{11}$	Туристский поход	С
$\beta_{12}$	Прогулка	В
$\beta_{14}$	Общение	В
$\beta_{22}$	Экскурсии автобусные	А
$\beta_{23}$	Экскурсии пешие	А

1	2	3
$\beta_{24}$	Посещение музеев	A
$\beta_{25}$	Информационно	A
$\beta_{51}$	Повышение квалификации	C
Структура ЦРД (A-B-C)		4A-2B-2C

Таблица 3

### Структура ЦРД в развлекательном туре

Индекс ТРД	Наименование ТРД	Наименование и индексы ЦРД
		$\chi_{12}$ развлекательный
$\beta_{11}$	Туристский поход	C
$\beta_{12}$	Прогулка	B
$\beta_{14}$	Общение	B
$\beta_{22}$	Экскурсии автобусные	A
$\beta_{42}$	Театр	A
$\beta_{43}$	Зрелища	A
$\beta_{46}$	Танцы	A
Структура ЦРД (A-B-C)		4A-2B-1C

В таблице 2 и 3 приведена идеальная структура циклов рекреационной деятельности в познавательно-развлекательном туре, в рамках которых можно сочетать различные типы рекреационной деятельности. Исходя из данных приведенных таблиц, мы можем увидеть, что проектирование познавательно-развлекательного тура теоретически обоснованно.

Туристские ресурсы дают возможность удовлетворить потребности туристов в отдыхе, оздоровлении, знакомстве с природными и культурно-историческими достопримечательностями посещаемых мест. Туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты,

включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил. Сущность туристских ресурсов заключается в том, что они являются основной частью туристского продукта и его предложения. По характеру использования туристские ресурсы можно подразделить на непосредственные и косвенные. К непосредственным относятся те из них, которыми пользуются сами туристы, например: горы, пляжи на побережьях, музеи и памятники, архитектурные и инженерные сооружения и др. К косвенным относятся социально-экономические средства, которые привлекаются для использования непосредственных туристских ресурсов: материальные, финансовые, трудовые, информационные. В их число входят предприятия обслуживания, справочно-информационные и рекламные организации, туристские фирмы и их работники [23, с. 4-6].

Таким образом, на основе анализа работ И. В. Зорина и В. А. Квартального можно сделать вывод что, познавательно-развлекательный тур относится в большей степени к познавательному и развлекательному циклам рекреационной деятельности. Для организации познавательно-развлекательного тура необходимы туристские ресурсы, такие как: культурно-исторические (музеи, памятники архитектуры); развлекательные (ночные клубы, фестивали); трудовые ресурсы (работники, принимающие участие в оказании услуг на пути следования туристской группы).

### **1.3. Психолого-возрастные особенности молодежной аудитории**

В настоящее время понятие молодежи еще остается предметом различных толкований. В толковом словаре В. Даля понятие «молодежь» определялось как «молодые люди обоего пола», а в Большой советской энциклопедии молодежь интерпретируется как «социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик,

особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств» [15; с. 44].

Н.А. Волгина, отмечает что, под молодежью полагается понимать социально-демографическую группу, содержащую выделенных на основе определенного возрастными свойствами социального положения людей, их места и функций в социальном устройстве общества, увлечений и ценностей [11; с. 44].

Приведенные определения отображают, что ключевой и постоянной характеристикой молодежи является возрастной признак. В определении молодежи Л.С Выготского определяется: Молодежь – как социально-демографический тип, важной количественной характеристикой которой, являются возрастные показатели [13; с. 146].

В самом деле, черты молодежного возраста очень подвижны. Молодость это, периодом между детством и зрелостью. Исходя из этого, понимания и следуют ведущие критерии выделения последовательных границ молодежи. Возрастные рамки, допускающие относить людей к молодёжи, отличаются в зависимости от конкретной страны. Низшая возрастная граница молодёжи – 14-16 лет, высшая – 25-35 лет. На сегодняшний день, молодёжь Российской Федерации – это 39,6 миллионов молодых граждан – 27 % от общей численности населения страны. В соответствии со Стратегией государственной молодёжной политики в Российской Федерации, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 года N 1760-р, к категории молодёжи в России относятся граждане от 14 до 30 лет. Молодежь заведено разделять на четыре возрастные группы:

1. 14-16 лет, подростки. Это возраст развития полового созревания, одновременно которому происходит определения других биологических циклов организма. Для этого возраста характерны наибольшие несоответствия в уровне и темпах физического и психологического развития.

В основном это учащиеся средних школ и профессиональных учебных заведений.

2. 17-19 лет, юношество. Биологически это промежуток окончания физического созревания, возраст самоопределения – начало самостоятельной профессиональной занятости или определения и осуществления качественно новой профессиональной учебы. Распределение жизненных путей юношей и девушек, что в дальнейшем является причиной к более глубокому экономическому, политическому и культурному разделению среди них. В этом возрасте наступает процесс социальной адаптации – происходит приобретение почти всех возможностей гражданских прав, растет размер общественно-политических дел и связанных с ними увлечений и обязательств.

3. 20-24 года, молодежь. Человек в этом возрасте, являясь взрослым в физиологическом плане, продолжает процесс социальной адаптации. Эту возрастную группу, составляют учащиеся и молодые люди, заканчивающую основную профессиональную специализацию, вступающие в производственную занятость и создающие собственные семьи.

4. 25-30 лет, старшая молодежь. В этом возрасте на основе личного опыта производственной и семейной жизни, а также участия молодежи в политических связях оканчивается процесс развития зрелой личности. Молодые люди этого возраста представляют образ родителей в собственных семьях. Они уже нашли свою дорогу в жизни [12; с. 146].

А.Ф. Воловик отмечает что, кроме возрастного признака, к основным чертам молодежи как социально-демографической группы принадлежат и качественные характеристики: черты социального статуса молодых людей, их нахождение и функции в социальной структуре общества, а также специфические особенности их увлечений, особенности их самосознания и структуры ценностей. Эти характеристики также во многом перенесли сильные изменения. Современная молодежь как социальная группа во всем мире отличающаяся некоторыми новыми характеристиками: она, более

образованна, владеет новыми профессиями, является обладателем нового образа жизни и социальной подвижности [12; 164]. Сознание молодых более приспособлено к современной реальности, чем старшее поколение. Все это вместе предоставляет молодежи больше средств и возможностей для удачного социального старта и быстрого роста в сторону повышения своего социального статуса. Молодёжь в большей мере владеет тем уровнем подвижности, умственной активности и здоровья который, значительно отличает её от других групп населения. К характерным чертам молодости относится преобладание у нее поисковой, творческо-экспериментальной активности. Молодежь наиболее расположена к игровой деятельности, занимающей психику полностью, дающей постоянный наплыв чувств, новых впечатлений, и с трудом привыкает к деятельности монотонной, специализированной. Игровая деятельность имеет многофункциональный характер, она привлекает к себе людей практически всех возрастов и социального статуса. Интерес к игровой деятельности у молодежи имеет довольно сильный характер. Область этих интересов обширна и многогранна: участие в телевизионных и газетных играх, акциях; компьютерные игры; спортивные соревнования. Мониторинг за практикой подготовки и проведения, молодежных культурных мероприятий говорит о том, что их результат в большей мере обуславливается от внедрения в их структуры игровых блоков, развивает у молодых людей готовность к конкурированию, импровизации и находчивости [13, с 27].

Л.С Выготский пишет что, к другим характеристиками молодежного досуга относится специфичность места его протекания. Родительская среда, как правило, не является ключевым центром проведения досуга молодежи. Большинство молодых людей выбирают проводить свободное время вне дома, в компании ровесников. Когда разговор идет о решении серьезных жизненных проблем, молодые люди прислушиваются к советам и наставлениям старших, но при выборе типов поведения, друзей, книг, одежды, ведут себя самостоятельно. Следовательно, общение в молодежной

компании – это форма досуга, в которой молодой человек нуждается органически» [13, с 31]. Тяга к общению со сверстниками, объясняется большой потребностью молодежи в эмоциональных контактах. Его можно рассматривать как:

- необходимое условие жизнедеятельности человека и общества;
- источник творческого преобразования индивида в личность;
- форму передачи знаний и социального опыта;
- исходный пункт самосознания личности;
- регулятор поведения людей в обществе;
- самостоятельный вид деятельности;

Интересной особенностью досуговой деятельности молодежи является сильно выраженное желание к психологическому комфорту в общении, приобретение определенного опыта общения с людьми разного социально-психологического устройства. Общение молодежи в условиях досуговой деятельности удовлетворяет, прежде всего, вытекающие ее потребности:

- в эмоциональном контакте, эмпатии;
- в информации;
- совокупности усилий для совместных действий.

Потребность в сопереживании удовлетворяется, в малых, первичных группах (семья, группа друзей, молодежное неформальное объединение). Потребность в информации образует второй тип молодежного общения. Общение в информационной группе возникает, вокруг «эрудитов», лиц, обладающих определенной информацией, которой нет у других и которая, имеет значение для этих других. Общение ради совокупности совместных действий молодежи возникает не только в производственно - экономической, но и в досуговой сфере деятельности. Все разнообразие типов общения молодежи в условиях досуговой деятельности можно классифицировать по следующим основным свойствам:

- по содержанию (познавательные, развлекательные);

- по времени (кратковременные, периодические, систематические);
- по характеру (пассивные, активные);
- по направленности контактов (непосредственные и опосредованные) [13, с.34].

Характеристика молодежного досуга с понятия культуры его организации и проведения содержит многие стороны данного явления – как личностные, так и общественные. Как пишет Б.А. Трегубов, культура досуга – это, прежде всего, внутренняя культура человека, предполагающая наличие у него определенных личностных свойств, которые дают плодотворно и с пользой проводить свободное время [29, с.43]. Культура развития и работы соответствующих учреждений и предприятий: клубы, дворцы культуры, культурно-досуговые центры, центры народного творчества, кинотеатры, стадионы, библиотеки и т.д. При этом особую ценность имеет творческая деятельность работников данных учреждений. Вместе с тем культура проведения свободного времени является последствие труда самой личности, ее желания сделать досуг в способ получения не только новых ощущений, но и знаний, опыта и умений [29, с.48]. Отличной особенностью культурного молодежного досуга является эмоциональная окрашенность, возможность осуществить возможность заниматься любимым делом, общаться с интересными людьми, посещать важные для него места, быть участником значимых событий. Важные черты культурного досуга молодежи, высокий уровень культурно-технической оснащенности, применение новейших досуговых технологий и форм, средств, художественно насыщенное пространство и высокий эстетический уровень досугового процесса. Современная урбанизация, механизация производства, компьютеризация, «однообразие потребления», существенно нарастающий поток информации приводит к тому, что молодой человек в данном случае оставляет работу, учебу, намного, усталым, чем прежде. Усталость эта психологического характера и побуждает потребность в контрасте, снятии стресса. Настоящим контрастом жизни молодого человека, связанной с нервным напряжением и

единообразием, является уход с постоянного места жительства, учебы или труда и, прежде всего передвижение, обеспечивающее смену обстановки и перемена обычного образа жизни – все это может дать туризм. Надо отметить, что сочетание многообразных потребностей молодежи, как специфической социальной группы может быть выполнено в культурно-досуговой деятельности, реализуемой туризмом [29, с. 38]. Обратимся к работам Е.Н. Хрисанфова и поясним смысл каждой из функций культурно-досуговой деятельности туризма применительно для молодежи:

- познавательная функция ставит целью информацию и организацию познавательной активности молодежи, распространения комплекса разнообразных социально-гуманитарных знаний. Стремление к познанию всегда было свойственной частью молодежи. Сочетание отдыха с познанием жизни, истории, культуры других народов – эта задача, которую может выполнить познавательная функция туризма.
- знакомство с материальными и духовными ценностям способствует распространению культурных ценностей в молодежной среде и вносит свой вклад в развитие эстетических взглядов подрастающего поколения, появлению у него чувства патриотизма, в развитии культуры.
- осуществление творческого потенциала личности позволяет найти применение всех навыков, умений молодежи в каком-либо виде туризма. При этом удовлетворяются ее творческие увлечения.
- организация нерегламентированного общения участников путешествия или коммуникативная функция – это организация общения молодых туристов для обсуждения общих вопросов и тем, свободного обмена информацией о каких-либо событиях, интересах и увлечениях, сопоставление оценок, мнений.
- плодотворный отдых и развлечения или рекреативная функция наиболее содействуют полноценному отдыху молодежи, возобновлению их физических и духовных сил, организации активных

досуговых занятий и развлечений в туризме, обеспечивающих разнообразие деятельности, перемену впечатлений, положительных эмоций, снятие напряжения и усталости [30, с. 119-122].

Как мы уже отмечали, туристический отдых занимает в наше время важное место в досуге молодежи. Мы согласны с мнением Б.А Трегубова, что туризм, являясь многоплановым видом досуга, совмещающим в себе различные важные для молодежи функции, может играть в жизни молодых людей главную роль в процессе удовлетворения их потребностей [29, с. 41]. Особый интерес молодежи к туризму Б.А Трегубов объясняет отсутствием в нем назидательности, возможностью осуществить социально-культурный потенциал в положительной социально-психологической среде [29, с. 87]. Исследования показали, что, по мнению молодых людей, в туризме, как правило, отсутствует напыщенность, педантичность и заорганизованность, в туристической деятельности наиболее сочетаются массовые и камерные формы работы. Интерес молодежи к различным видам туризма объясняется тем, что каждый индивидуум может выбрать для себя ту область туристической деятельности, в которой наиболее могут, удовлетвориться его интересы. Такие виды туризма, как спортивный, развлекательный и познавательный являются наиболее подходящими этой возрастной категории и наиболее востребуемыми ею.

Таким образом, опираясь на работы Н.А. Волгиной, Л.С. Выгодского, А.Ф. Воловика, Е.Н. Хрисанфова, Б.А Трегубов, приходим к выводу, что психолого-педагогические особенности молодежной аудитории – это преобладание поисковой, творческо-экспериментальной активности, огромная потребность в эмоциональных контактах, стремление к психологическому комфорту в эмоциональных контактах, стремление приобрести определенные навыки общения с людьми различного социально-психологического склада, потребность в сопереживании, потребность в информации, свободный выбор личностью досуговых занятий. Молодежный туризм, являясь одной из форм молодежного досуга, имеет большое значение

в жизни молодого человека, так как он направлен на восстановление физических и психологических сил, удовлетворяет потребности молодого человека в общении, развлечениях, активном и подвижном отдыхе.

## **ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ В ГОРОД ЕКАТЕРИНБУРГ**

### **2.1. Маркетинговое исследование актуальности проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург**

Для обоснования проектирования нового туристского продукта необходимо провести маркетинговое исследование. Маркетинговое исследование проводится для изучения востребованности создания тура, выявления интереса потребителей к нему. Маркетинговое исследование представляет собой сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений [19, с. 65]. Одним из наиболее используемых методов маркетингового исследования является анкетирование (подвид интервью). Анкетирование чаще всего рассматривается как форма опроса, в ходе которого респондент самостоятельно фиксирует ответы на поставленные в анкете вопросы. По форме проведения анкетирования выделяют индивидуальные и групповые. При групповом анкетировании за короткое время можно опросить большое количество людей. [20, с. 237-238].

С целью определения сегмента потенциальных потребителей познавательно-развлекательного тура в город Екатеринбург было проведено анкетирование, в котором приняло участие 100 человек, из которых 75 % женщин 25 % мужчин.

В анкете были приведены следующие типы и виды вопросов: закрытые, полуоткрытые, открытые, дихотомические, вопросы-фильтры (см. прил. 4). Анкета включила в себя вводную часть (инструкцию) и основную, состоящую из 14 вопросов. Респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

- Участвовали ли Вы в путешествиях познавательно-развлекательного (экскурсионного) характера в городе Екатеринбурге?
- Как часто Вы путешествуете?
- Считаете ли вы количество познавательно-развлекательных туров в городе Екатеринбурге для молодежной аудитории достаточным?
- Интересен ли Вам познавательно-развлекательный туризм?
- Чем по вашему мнению популярен город Екатеринбург?
- Путешествовали ли вы по городу Екатеринбургу?
- Путешествовали ли вы по городу Екатеринбургу?
- Если «нет» то, было бы вам интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу?
- Что для вас важно в выборе тура? (можно выбрать несколько вариантов)
- Какова наиболее оптимальная для вас продолжительность тура?
- Какую сумму Вы готовы потратить на познавательно-развлекательный тур по городу Екатеринбургу?
- Что для вас важно в выборе тура?
- С кем Вы обычно путешествуете?
- Ваш пол?
- Ваш возраст?
- Род Вашей деятельности?

Анализ показал, что 44 % участвовали в путешествиях познавательно-развлекательного (экскурсионного) характера в городе Екатеринбурге, 32 % не участвовали и 24 % затрудняются ответить (см. рис. 1).

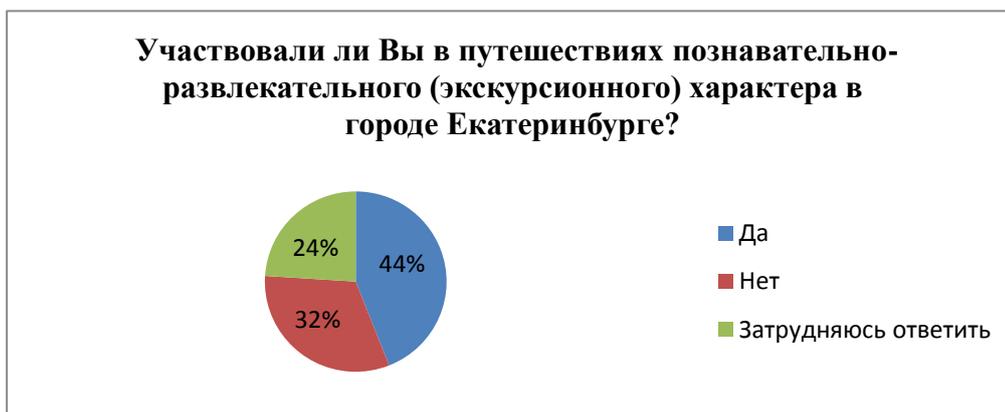


Рис. 1. Анализ участия в путешествиях познавательно-развлекательного (экскурсионного) характера в городе Екатеринбурге, в % от числа опрошенных

Туристы путешествуют 1 раз в год – 41 %; 2 раза в год – 19 %; более 2 раз в год – 22 %; раз в 5 лет – 10 %; вариант «другое» выбрали 8 % опрошенных (см. рис. 2).



Рис. 2. Уровень частоты путешествий, в % от числа опрошенных

Далее в анкетировании участники опроса указали что, 11 % считает количество познавательно-развлекательных туров по городу Екатеринбургу для молодежной аудитории достаточным, 22 % считает скорее да, чем нет, 35 % опрошенных считает скорее нет, чем да и 32 % опрошенных не считает количество познавательно-развлекательных туров по городу Екатеринбургу для молодежной аудитории достаточным (см. рис. 3).



Рис. 3. Уровень количества познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории в городе Екатеринбурге, в % от числа опрошенных

Уровень интереса туристов к познавательно-развлекательному туризму, 71 % опрошенных интересен познавательно-развлекательный туризм, 24 % не интересен познавательно-развлекательный туризм и 5 % затрудняются ответить (см. рис. 4).



Рис. 4. Уровень интереса туристов к познавательно-развлекательному туризму, в % от числа опрошенных

Среди опрошенных наибольшую популярность в городе Екатеринбурге у них представляет, как: памятниками природы, историческими достопримечательностями, музеями, театрами; (24 человека), за ним следует ночными клубами, парками развлечений, различными развлекательными заведениями; (22 человека), оба варианта выбрали (65 человека) и (11 человек) ничего не знают о городе Екатеринбурге (см. рис. 5).



Рис. 5. Уровень наибольшей популярности объектов в городе Екатеринбурге, в количестве выборов

В то же время можно увидеть, что 58 % опрошенных путешествовали по городу Екатеринбургу, 34 % не путешествовали по городу Екатеринбургу и 8 % затрудняются ответить (см. рис. 6).



Рис. 6. Уровень путешествий по городу Екатеринбургу, в % от числа опрошенных

Уровень интереса туристов к путешествию по городу Екатеринбургу, 72 % интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу, 22 % не интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу и 6% от числа

опрошенных не интересно совершить путешествие по городу Екатеринбург (см. рис. 7).

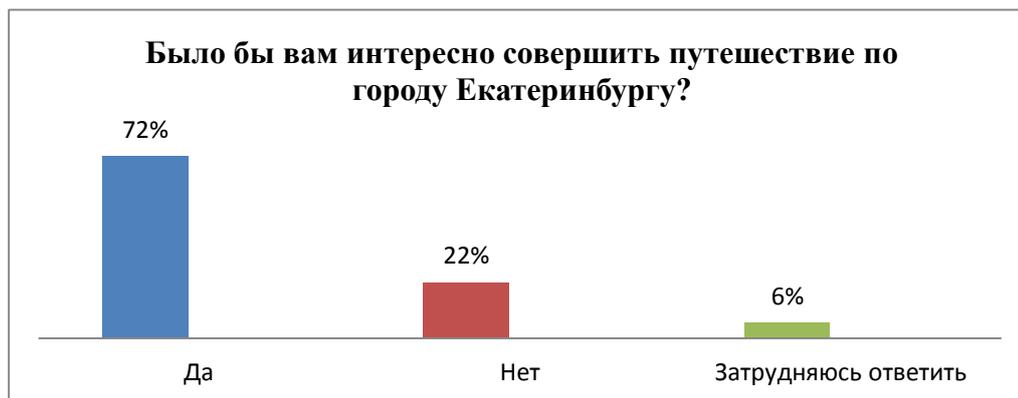


Рис. 7. Интерес туристов к путешествию по городу Екатеринбург, в % от числа опрошенных

При выборе тура большинство туристов пользуются определенными критериями. В ходе опроса выяснилось, что наибольшей важностью в выборе тура, является, безопасность (29 человека), развлекательный элемент (22 человека), познавательный элемент (19 человека), красивая природа (17 человек), цена, (14 человек), вкусная еда (13 человек), другое (8 человек), (см. рис. 8).



Рис. 8. Параметры при выборе тура, в количестве выборов

Среди тех, кому интересен познавательно-развлекательный туризм, основная масса опрошенных указывает, что оптимальная продолжительность познавательно-развлекательного тура для них 2 дня (38 человек), 1 день

выбрало (31 человек), 3 дня выбрало (8 человек) и другое количество дней выбрало (5 человек), (см. рис. 9).



Рис. 9. Оптимальная продолжительность туров для туристов, в % от числа опрошенных

Если брать в учет тех, кто ответил «Нет» и «Затрудняюсь ответить» в вопросе «Интересны ли Вам познавательно-развлекательный туризм», то 2 дня выбрало (16 человек), 1 день – (14 человек), 3 дня – (8 человека), другое количество дней – (2 человека).

Анализ платежеспособности туристов показал, что в основном они готовы потратить на познавательно-развлекательный тур, 78 % не более 5000-7000 рублей, 19 % не более 7000-9000 рублей, 2 % не более 9000-12000 рублей и 1 % не более 12000-15000 рублей (см. рис. 10).



Рис. 10. Анализ платежеспособности туристов, в % от числа опрошенных

Участники опроса предпочитают путешествовать, 54 % с родственниками, 41 % с друзьями, 4 % одни и 1 % выбрали другое (см. рис. 11).



Рис. 11. Выбор сопровождения у туристов, в % от числа опрошенных

Пол участников опроса составлял 75 % женщин и 25 % мужчин (см. рис. 12).

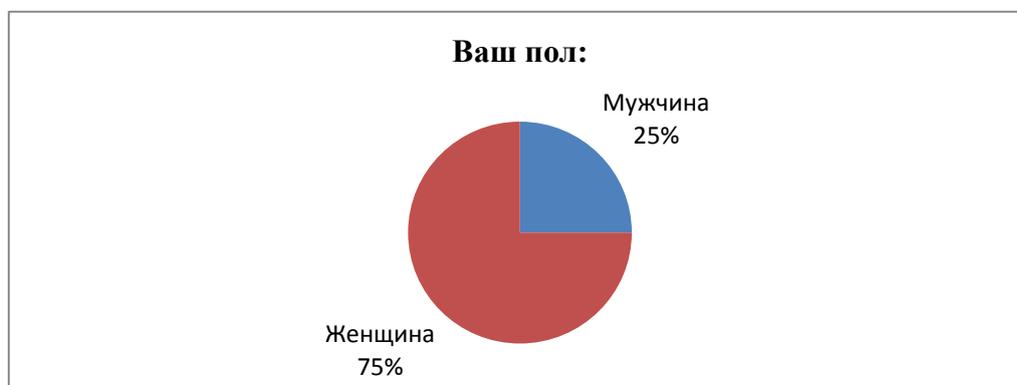


Рис. 12. Пол респондентов, в % от опрошенных

В опросе принимали участие представители различных возрастных групп 10 % – до 18 лет, 62 % – от 18 до 25 лет, 12 % – от 25 до 35 лет, 8 % – от 35 до 45 лет, 7 % – от 45 до 55 лет и 1 % – людей свыше 55 лет (см. рис. 13).

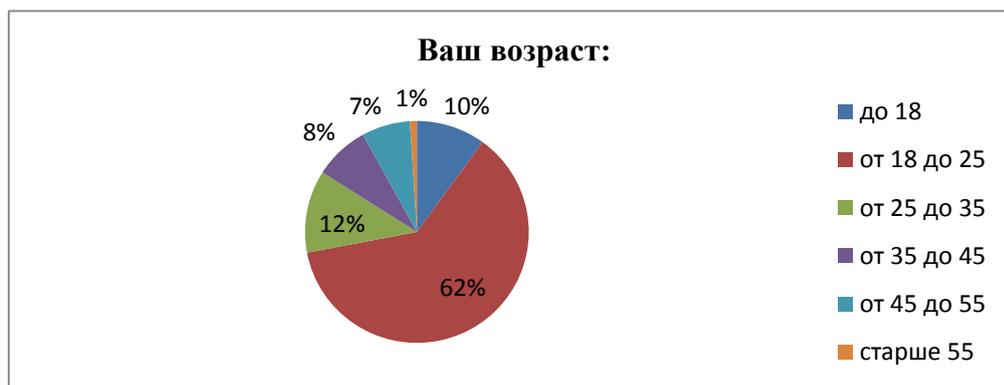


Рис. 13. Возраст респондентов, в % от опрошенных

Основной группой для опроса были студенты (52 человека), работающие (41 человек), школьники (10 человека), временно неработающие и пенсионеры по 1 человеку в каждой категории. Также 17 человек в опросе указали, что они являются работающими студентами. Таким образом, мы можем увидеть, что в опросе приняли участие различные группы как по возрастному, половому составу (см. рис. 14).



Рис. 14. Основная группа для опроса, в количестве выборов

Проектирование нового тура предполагает проведение анализа туристского рынка. В городе Екатеринбурге существуют туристские организации, которые предоставляют туры и организуют экскурсии по городу. Из туристских фирм города Екатеринбурга можно выделить такие фирмы как: Туристический холдинг Визит-Урал-Сибирь, туристское бюро

«Эльтранс», Уральский туристический центр «ЮВА-тур», Свердловская областная туристско-экскурсионная фирма «Евразия», екатеринбургское бюро международного туризма «Спутник», бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал», турфирма «Рандеву» (табл. 4)

Таблица 4

Турфирмы, организующие познавательно-развлекательные туры

Название фирмы	Адрес	Направление деятельности	Программа
1	2	3	4
Конгрессно-туристический холдинг Визит-Урал-Сибирь	г. Екатеринбург, ул. Радищева 28, оф. 1303	Организация туров, экскурсионное обслуживание	Обзорные экскурсии по городу Екатеринбургу (от 2 до 4 часов): «Виват, Екатеринбург!», «Последние дни русского царя», «Пешеходный гостевой маршрут Классический»
Турбюро «Эльтранс»	г. Екатеринбург, ул. Степана Разина 51, оф. 14	Организация туров, экскурсионное обслуживание по Екатеринбургу, по области, по России	Детские лагеря: английский зимний лагерь ENJOY CAMP, Boom Kids, актив-лагерь, «Шар Гений» учебный центр, дети Урала и др.
Уральский туристический центр «ЮВА-тур»	г. Екатеринбург, ул. Энгельса 11, офис ЮВА	Организация туров, экскурсионное обслуживание	Однодневные и многодневные экскурсионные, познавательные и оздоровительные программы. «Здравствуй, Екатеринбург!» тур выходного дня (2 дня/1 ночь) с осмотром основных достопримечательностей
Свердловская областная туристско-экскурсионная фирма «Евразия»	г. Екатеринбург, ул. Мельковская 9	Туристско-экскурсионные услуги в Екатеринбурге, внутри страны, а также за рубежом	«Екатеринбург из века в век» обзорная автобусная экскурсия знакомит с городом, с его архитектурными и историческими памятниками, с современным обликом столицы Урала

1	2	3	4
Екатеринбургское бюро международного туризма «Спутник»	г. Екатеринбург, ул. Пушкина 5	Организация туров, экскурсионное обслуживание по России, Екатеринбургу и за рубежом	Экскурсии по Екатеринбургу и его окрестностям (от 2 часов до 2 суток)
Бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал»	г. Екатеринбург, ул. Азина 20/3	Экскурсионно-познавательные туры	Экскурсионные автобусные туры по Екатеринбургу и Уралу, а так же тематические экскурсии (от 3 до 5 часов)
Турфирма «Рандеву»	г. Екатеринбург, ул. Челюскинцев 106	Экскурсионное обслуживание и организация туров по Екатеринбургу и окрестностям	Однодневные и многодневные групповые туры, например, «Екатеринбург – город 7 чудес» с посещением 3-х музеев, обзорные экскурсии по Екатеринбургу и его окрестностям

Рассмотрев перечень услуг от туристских фирм «Визит-Урал-Сибирь», «Эльтранс», «ЮВА-тур», «Евразия», «Спутник», бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал», «Рандеву» можно сделать вывод, что в настоящее время в городе Екатеринбурге не распространены туры для молодежной аудитории. Представленные туристские фирмы предлагают богатое разнообразие обзорных экскурсий по городу Екатеринбургу, но нет познавательного тура для молодежной аудитории с учетом их физических и психологических особенностей, финансовых возможностей.

Подводя итоги маркетингового исследования можно сделать выводы о том, что потенциальным потребителям вполне интересен познавательно-развлекательный туризм. Молодежной аудитории города Екатеринбурга интересны познавательно-развлекательные туры продолжительностью 2 дня, также туристы рассматривают познавательно-развлекательные туры продолжительностью и в 1 день. Так, 71 % опрошенных указывают, что им было бы интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу. Туристам интересны познавательно-развлекательные туры стоимостью не более 7000 тысяч рублей. Таким образом, можно говорить об актуальности и

востребованности познавательно-развлекательного тура на туристском рынке города Екатеринбурга для молодежной аудитории. Наш тур направлен на людей из Свердловской области и ближайших регионов.

## **2.2. Основные этапы проектирования познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу**

При проектировании нового тура необходимо следовать требованиям Федеральных Законов, Указов, ГОСТов, Постановлений и других нормативно-правовых актов.

Основными документами, регулирующими процесс проектирования тура, являются:

- ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;
- ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;
- ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»;
- ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».

ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и услугам средств размещения [5, с.2-5].

ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования». Настоящий стандарт устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды [6, с.2-7].

ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов». Стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья

туристов и экскурсантов, методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг [3, с.2-5].

ГОСТ Р 50681-2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». В данном Стандарте даны определения понятий: «туристская услуга», «заказчик», «туристский маршрут», «туристская трасса», «портфель экскурсовода», «описание туристской услуги» и другие. Стандарт устанавливает порядок разработки документации при проектировании туристских услуг [4, с.2-13].

К основному документационному обеспечению проектирования тура относят следующие технологические документы:

- карта (схема) туристского маршрута с указанием пунктов остановок, ночевки, средств размещения, предприятий питания; перечня экскурсий, продолжительности путешествия и другие;
- технологическая карта туристского путешествия;
- информационный листок к туристской путевке
- (информационный листок должен содержать следующие обязательные сведения:
  - указание вида и типа туристского путешествия, основного содержания программы обслуживания, протяженности и продолжительности всего маршрута и другой специфики;
  - описание трассы путешествия пунктов пребывания, продолжительности пребывания и условия размещения в каждом пункте обслуживания (тип здания, число мест в номере, его санитарно-техническое оборудование);
  - краткое описание района путешествия (достопримечательности, особенности рельефа, местности), программы обслуживания в каждом пункте тура;
  - перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату;

- наличие и краткая характеристика спортивных сооружений и площадок, автостоянок, пассажирских канатных дорог, водоемов, аттракционов, детских игровых площадок, библиотек, кинозалов и т.д.;
- адрес туристского предприятия, в котором начинается туристское путешествие и проезд до него;

В перечень дополнительной информации могут войти:

- информация о возрастных ограничениях, приеме родителей с детьми, семейных пар;
- специальная информация для туристских путешествий с походом;
- прочая информация и рекомендации, вытекающие из особенностей и специфики конкретного тура или направления);
- листок с дополнительной информацией;
- перечень основных работников (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающих оказание туристских услуг на маршруте, включая требования к образованию, квалификации и профессиональной подготовке;
- стандарты работы персонала.

Довольно благоприятные природные условия города Екатеринбурга и малое количество познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории дают возможность разработки познавательно-развлекательного тура. На разработку маршрута влияют такие факторы, как: интересы туристов, количество свободных дней. Целями познавательно-развлекательного тура являются:

- развлекательные цели;
- общение;
- познавательные цели.

Краткое описание маршрута.

### *День первый:*

10.00 – Встреча группы в городе Екатеринбурге, возле Северного автовокзала.

10.15-12.45 – Обзорная экскурсия по Екатеринбургу (ул. Челюскинцев, ул. Б. Ельцина: Ельцин Центр, памятник Б. Ельцину, Екатеринбург-Сити, Свердловский государственный академический театр драмы; площадь 1905 года: памятник Ленину, здание городской администрации, гимназия №9; Исторический сквер, водонапорная башня, памятник В. Татищеву и В. де Генину, дом Севастьянова; площадь Труда и часовня Святой Екатерины; Колизей, Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии; площадь Парижской Коммуны: памятник Свердлову, здание УРГУ им. А.М. Горького, Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета; гостиница Исеть, Городок Чекистов, здание Штаба Центрального военного округа, памятник Г.К. Жукову, окружной Дом Офицеров, памятник Чёрный тюльпан, концертный зал им. И. Маклецкого, Свердловская государственная филармония, дом В.М. Метенкова, музей истории Екатеринбурга).

13.00-13.45 – Обед в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

14.00-16.00 – Экскурсия на Свердловскую киностудию (звукозаписывающая студия, костюмерно-реквизиторский цех, парк чудес «Галилео»).

16.30-17.30 – Художественный музей Эрнста Неизвестного. Обзорная экскурсия по музею: портреты Э. Неизвестного, выполненные известным уральским художником Г.С. Мосиным в 1963 г., видным российским графиком Б. И. Жутовским в 1975 г., известным портретистом И.С. Айдаровым в 2009 г., главный экспонат зала бронзовая скульптура Эрнста Неизвестного «Сердце Христа», «Кентавресса с ребенком» — самая крупная работа, имеющаяся в распоряжении музея, в бронзовой отливке «Рука», выполненная Эрнстом Неизвестным в 1950-х гг, а также работа «Человек-робот» начала 1960-х гг., работа «Атомный взрыв» 1957 года, известные

работы Эрнста Неизвестного из цикла «Война-это...» начала 1960-х гг. «Шаг» и «Раненый солдат», скульптура «Два лица», выполненная в 1962 г., ранние станковые и монументальные работы Эрнста Неизвестного, среди которых «Цветок лотоса», установленный мастером на Асуанской плотине — одна из самых больших в мире скульптурных композиций, скульптура «Распятый гигант», графической серии «Судьба (Судьба художника)», бронзовая скульптура «Бертран де Борн», книжные иллюстрации Эрнста Неизвестного – как реальные издания, так и с виртуальной довольно полной подборкой гравюр, на интерактивной панели можно увидеть монументальные и мемориальные произведения мастера первой половины 1970-х годов, «Кентавр указующий», макет Монумента «Маска: Европа и Азия», такие работы, как «Похищение Европы», «Минотавр женщина», «Экус», «Адам», «Сатир» и другие.

18.00-19.00 – Президентский центр Бориса Ельцина. Интерактивное занятие «Я голосую «ЗА»! (это музейное интерактивное занятие, посвященное сложному пути России к свободе. Современные мультимедийные исторические программы и редкие музейные артефакты помогут участникам занятия лучше узнать историю нашей страны. На занятии расскажут о том, какую важную роль в деле создания Конституции РФ сыграл первый президент России, а также ответят на вопросы о ценности Конституции для современного молодого гражданина, о важном месте прав и свобод в жизни каждого из нас).

19.15-20.00 – Ужин в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

20.00 – Трансфер до гостиницы «Протекс-Отель» (ул. 8 марта, 70)

20.30-21.30 – Размещение в гостинице.

21.30-22.30 – Свободное время

23.00 – Выезд в паб «Funny duck» (это идеальное место для людей, которые ценят хорошую музыку, умеют и любят отдыхать с друзьями, ценят качественный сервис, стремятся найти лучшее в жизни!)

04.00 – Обратный трансфер до гостиницы

***День второй:***

10.00-11.00 – Завтрак в гостинице.

11.30-12.30 – Екатеринбургский музей изобразительных искусств. Обзорная экскурсия по музею: Уральское художественное литье XIX–XX вв., Нижнетагильский расписной поднос XX–XXI вв., Русское искусство XVIII – начала XX вв. Златоустовское украшенное оружие и гравюра на стали XIX–XX вв. Выставочный зал, Камнерезное и ювелирное искусство Урала XVIII–XX вв., Западноевропейское искусство XIV–XIX вв., Центр музейной педагогики.

13.00-14.00 – Дом квестов, на выбор: «Электрический стул», «Загадка Шерлока Холмса», «Нора зверя» (игра требует от игроков работать в команде, решать логические задачи и применять ловкость и физическую силу в условиях дефицита времени).

14.30-15.30 – Обед в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

16.00-17.00 – Проезд до БЦ «Высоцкий». Посещение музея В.С. Высоцкого (вход свободный; стоимость экскурсионного обслуживания группы 600 рублей).

17.30-18.00 – Посещение смотровой площадки.

18.00 – Трансфер до Северного автовокзала.

Размещение на маршруте: гостиница «Протекс Отель» (город Екатеринбург, ул. 8 марта, 70).

Питание: 3-х разовое.

Сопровождение: На маршруте группу (15 человек) сопровождает гид-экскурсовод.

В стоимость включено: 3-х разовое питание, проживание в гостинице, работа гида-экскурсовода, экскурсии (по программе).

Плотность потока машин – средняя.

Таким образом, опираясь на требования Федеральных Законов, Указов, ГОСТов, Постановлений и других нормативно-правовых актов, разработан двухдневный тур по городу Екатеринбургу, рассчитан на совершеннолетних

граждан от 18 до 30 лет, интересующихся познавательно-развлекательным туризмом. Данный тур отличается как экскурсионным обслуживанием, так и развлекательным. В данном туре можно увидеть разнообразные объекты туристского интереса, среди них: обзорная экскурсия по Екатеринбургу, свердловская киностудия, парк чудес «Галилео», художественный музей Эрнста Неизвестного, президентский центр Бориса Ельцина, ночной клуб «Funny duck», екатеринбургский музей изобразительных искусств, дом квестов, музей В.С. Высоцкого, смотровая площадка «Высоцкого».

### **2.3. Экономическое обоснование познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу**

Важнейшим этапом для определения экономической эффективности разрабатываемого турпродукта является SWOT-анализ, который должен дать реальную оценку турпродукта и его возможностей применительно к состоянию (и потребностям) внешней среды. В современной хозяйственной практике SWOT-анализ является, пожалуй, одним из наиболее известных и распространенных качественных методов проведения стратегического анализа.

SWOT – это аббревиатура начальных букв английских слов:

Strength – сильные стороны: внутренняя характеристика турпродукта, которая выгодно отличает его от турпродукта конкурентов.

Weakness – слабые стороны: внутренняя характеристика турпродукта, которая по отношению к турпродукту конкурента выглядит слабой (неразвитой), и которую турфирма в сила улучшить.

Opportunity – возможности: внешне вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели.

Threat – угрозы: внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели.

Таким образом, SWOT-анализ – это определение сильных и слабых сторон туристского продукта, а также возможностей и угроз, исходящих из внешней среды.

Цель SWOT-анализа – сформулировать основные направления развития турпродукта через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых его сторонах, а также о потенциальных возможностях и угрозах.

Задачи SWOT-анализа:

1. Выявить сильные и слабые стороны турпродукта по сравнению с турпродуктами конкурентов;
2. Выявить возможности и угрозы внешней среды [26].

В таблице 5 представлена матрица SWOT-анализа разрабатываемого познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу.

Таблица 5

**SWOT-анализ тура для молодежной аудитории по городу  
Екатеринбургу**

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие данного тура у других продавцов тур. продуктов;</li> <li>– возможность посетить один из красивейших городов Свердловской области;</li> <li>– тур можно проводить в любое время</li> <li>– доступность туристских объектов</li> <li>– богатая и насыщенная программа</li> <li>– качественный продукт</li> <li>– наличие спроса у потенциальных потребителей, желающих посетить познавательно-развлекательный тур для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу(по результатам маркетингового исследования)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– дороговизна рекламы, соответственно, неизвестность продукта на ранних стадиях внедрения на рынок</li> <li>– медленная окупаемость турпродукта</li> </ul>

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– возможность занять новую нишу на рынке тур. услуг;</li> <li>– возможность разнообразить тур новыми услугами</li> <li>– расширение программы тура</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие конкурентов;</li> <li>– снижение уровня доходов населения</li> <li>– изменение во вкусах потребителей</li> <li>– появление аналогичного продукта у конкурентов</li> </ul>

SWOT-анализ помогает оценить проблемы, то есть выявить риски и основные преимущества продукта по отношению к предлагаемым товарам конкурентов.

Основные преимущества познавательного-развлекательного тура по городу Екатеринбургу:

- отсутствие данного тура у других продавцов тур. продуктов;
- возможность посетить один из красивейших городов Свердловской области

Риски:

- незаинтересованность клиентов в туре;
- низкая наполняемость автобуса;
- появление более интересной тематической идеи и низкая стоимость подобных предложений у конкурентов.

SWOT-анализ турпродукта способен оказывать помощь при выборе самых оптимальных маркетинговых стратегий в туризме, поэтому он активно используется в маркетинге.

В.А. Квартальнов определил маркетинг туризма – как комплексный подход к управлению производством, реализацией и организацией потребления туристского продукта, ориентированный на учет требований туристского рынка и активное воздействие на спрос с целью расширения объема продажи туристского продукта [20, с.167].

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под продвижением туристского продукта понимается комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках,

организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание буклетов, каталогов и другое) [2].

Сформируем маркетинговую программу продвижения нового турпродукта. Маркетинговая программа представляет собой набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка [26, с.286].

Многочисленные элементы маркетингового комплекса были сведены к понятию «четырёх Р», которое включает в себя Product (продукт). Place (место). Promotion (стимулирование спроса) и Price (цена). Это понятие является простой и точной формулой, представляющей все мероприятия по маркетингу и позволяющей легко составить маркетинговую программу.

Под продуктом подразумеваются не только его физические характеристики, но и деятельность по планированию, разработке нового товара или услуги.

Мы предлагаем познавательно-развлекательный тур по городу Екатеринбургу продолжительностью 2 дня (1 ночь). При планировании турпродукта было проведено маркетинговое исследование спроса на программный познавательно-развлекательный тур. Результаты исследования позволяют говорить об актуальности разработки познавательно-развлекательного тура по городу Екатеринбургу.

Под местом подразумевается принятие решений относительно подходящих методов распространения товара, т. е. какие каналы и каким способом распределения должны быть использованы для создания наиболее легкого доступа потребителей к товарам и услугам производителей. Например, туристские агентства могут распространять продукты, разрабатываемые туроператорами [20, с.287].

В.А. Квартальнов определяет методы стимулирования – как всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать

именно его. Методами стимулирования являются не только реклама, но и техника личной продажи, деятельность по стимулированию продаж, а также связи с общественностью.[20, с. 287]. Методами стимулирования продажи развлекательно-познавательного тура могут являться следующие маркетинговые коммуникационные мероприятия, ориентированные на целевой сегмент рынка:

1. Подготовка и издание базового пакета информационно-рекламных материалов: брошюр, прайс-листов, проспектов, буклетов, рекламных листовок. Это необходимо для выполнения такой задачи продвижения как информирование о характеристиках услуги. Для того чтобы привлечь внимание целевой аудитории, информационно-рекламные материалы должны быть краткосрочными, иллюстрированными и доступными. Рекламные издания могут иметь разнообразные каналы распространения: рассылка по почте, раздача в учебных заведениях, в торговых центрах, на презентациях и выставках.

2. Проведение рекламно-пропагандистских кампаний в различных средствах массовой информации. Формирование образа инновационности – одна из самых значимых функций продвижения. Сообщение о появлении нового туристского продукта требует создание эффекта его крайней значимости и полезности. Такой эффект достигается рекламой на телевидении и в прессе. В современных условиях газеты и журналы имеют широкую и разнообразную аудиторию. Более привлекательно рекламное сообщение в виде публикации, в которой подробно описывается предлагаемый тур, его уникальность, например, его полезность для процесса обучения в учебных заведениях.

3. Организация ознакомительных поездок и презентаций для преподавателей, обучающихся в учебных заведениях дисциплине, связанных с краеведением, историей России и так далее.

4. Использование сети Интернет для распространения информации о характеристиках услуги, а также ее уникальности. Передача информации

через телекоммуникационные системы получает все более широкое распространение. Основные потребители услуг, предоставляемых глобальной сетью, совпадают с целевой аудиторией разрабатываемого турпродукта. Таким образом, использование данного источника рекламы может привести к достижению поставленной цели. Следует добавить, что расходы на электронную рекламу оказываются значительно ниже, чем на другие средства продвижения.

5. В связи со спецификой разрабатываемого турпродукта особое место в продвижении занимает сувенирная продукция, раздаваемая на презентациях и выставках. Это могут быть календари или магниты с изображением объектов показа в познавательно-развлекательном туре по городу Екатеринбургу.

6. Проведение презентаций в учебных заведениях города с использованием мультимедийного оборудования.

7. Использование нестандартных методов продвижения турпродукта (партизанский, вирусный, эпатажный и так далее).

Таким образом, для стимулирования продажи познавательно-развлекательного тура по городу Екатеринбургу можно использовать различные инструменты продвижения (публикации в прессе, презентации, участие в выставках, ресурсы сети Интернет, рекламные поездки и так далее). Для достижения максимального эффекта необходимо ориентироваться на целевую аудиторию – лица старше 16 лет.

Следующим важным элементом маркетинговой программы является цена. Она должна удовлетворять потребителей и одновременно соответствовать цели получения прибыли предприятием. Назначенная фирмой цена должна соответствовать ценности предложения, иначе покупатели будут приобретать товары конкурентов [20, с.287].

И.Т. Балобанов отмечает, что следует иметь в виду следующие особенности ценообразования в туризме.

1. Туристский продукт в большинстве случаев представляет собой пакет услуг, рассчитанный на группу людей. В нее входят как туристы, так и лица, сопровождающие эту группу на конкретном маршруте (гид-переводчик, экскурсовод и так далее).

Цена турпакета на одного туриста, то есть стоимость туристской путевки, определяется по формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + П - С \pm К}{Ч + К}, \text{ где}$$

Ц – цена турпакета на одного туриста, рубль;

И – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, рубль;

Н – косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, рубль;

П – прибыль туроператора, рубль;

С – скидка, предоставляемая туроператором туристу с цены отдельных услуг, входящих в турпакет, рубль;

$\pm К$  – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак «+» означает надбавку к цене турпакета; знак «-» означает скидки с цены туроператора в пользу турагента), рубль;

Ч – количество туристов в группе, человек;

К – количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, человек.

2. Цены на определенные виды услуг туризма (экскурсии, фотоуслуги и так далее) могут не входить в стоимость турпакета. Они оплачиваются каждым туристом в отдельности в соответствии с его вкусами, интересами и запросами.

3. Цена тура на одного человека зависит от количества дней путешествия. Чем продолжительнее тур, тем при прочих равных условиях дороже он будет стоить.

4. Цена тура на одного человека зависит от вида тура: индивидуальный или групповой. Цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше, чем цена группового тура в расчете на одного человека.
5. При групповом туре цена на одного человека зависит от численности туристов в группе. Чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека.
6. Цена тура зависит от возрастного состава группы, так как на многие услуги туризма (проживание в гостинице, экскурсии) детям и школьникам предоставляются скидки с цены. Обычно детям до 7 лет – скидка 50%, школьникам – 40% [9, с.110].

Расчет цены на туристский продукт производится, исходя из нормативной калькуляции себестоимости услуг. Калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуг (или товара) [9, с.113].

В таблице 6 приведем план обслуживания туристов в познавательно-развлекательном туре по Екатеринбургу, необходимый для расчета себестоимости туристского продукта.

Таблица 6

План обслуживания туристов в познавательно-развлекательном туре по Екатеринбургу

Месяц	Число туристов в месяц	График заезда туристских групп по месяцам	Число групп в месяц
1	2	3	4
май	30	02.05.2016-3.05.2016 30.05.2016-31.05.2016	15
июнь	30	13.06.2016-14.06.2016 26.06.2016-28.06.2016	15
июль	30	4.07.2016-5.07.2016 18.07.2016-19.07.2016	15

1	2	3	4
август	30	08.08.2016-9.08.2016 22.08.2016-23.08.2016	15
сентябрь	30	12.09.2016-13.09.2016 26.09.2016-27.09.2016	15

В таблице 7 необходимо рассчитать расходы на продвижение турпродукта, которые будут учитываться при расчете стоимости тура в виде постоянных затрат.

Таблица 7

Затраты на продвижение познавательно-развлекательного тура  
по городу Екатеринбург

Статьи расходов по видам рекламных средств	Расчет стоимости затрат, руб./год
Печатная рекламная продукция: буклеты	$15 \cdot 500 = 7\,500$
Реклама в интернете(социальные сети)	$500 \cdot 12 = 6000$
Услуги связи	$350 \cdot 12 = 4200$
Итого постоянных затрат:	17 700

Вопросы расчета себестоимости предоставляемой туристской услуги и ценообразования, а также анализ формирования прибыли мы можем проанализировать в таблице 8.

Таблица 8

Расчет цены познавательно-развлекательного тура по городу  
Екатеринбургу

п/п	Наименование калькуляционных статей	Стоимость в расчете на 1 чел. руб.	Стоимость в расчете на группу(15 чел.)
1	2	3	4
1.	Трансфер	700	10500

1	2	3	4
2.	Услуги сопровождающего экскурсовода	400	6000
3.	Питание	800	12000
4.	Все экскурсии на территории Екатеринбурга и посещение туристских объектов	1000	15000
5.	Размещение в отеле «Протекс»	500	7500
6.	Итого переменных затрат	3400	51000

Как видно из таблицы 8, переменные затраты формируются из затрат на оплату услуг экскурсовода, трансфер, всех экскурсий на территории Екатеринбурга и посещения туристских объектов, размещения и питания, на группу из 15 человек затраты составят 51000 рублей. Постоянные затраты состоят из затрат на продвижение, то есть затраты на группу из 15 человек будут равны отношению затрат на продвижение к числу групп в год ( $17700/15=1180$ ). Таким образом, производственная себестоимость туристского продукта на группу из 15 человек будет составлять 52180 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты \* 1,30 (нормативная рентабельность) =  $51000*1,30 = 66300$  рублей – цена туристской путевки на группу из 15 человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 4420 рубля ( $66300/15$ ).

Рентабельность проектирования тура (на группу из 15 человек) = прибыль/выручка\* 100% =  $4420/66300*100\%=6,6\%$

Для того, чтобы рассчитать выручку в точке безубыточности продаж, необходимо найти показатели маржинальной прибыли на единицу продукции и рентабельность по маржинальной прибыли.

Маржинальная прибыль на единицу продукции равна разнице цены и переменных затрат на единицу продукции:  $4420-3400=1020$  рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли=маржинальная прибыль на единицу продукции/цена= $1020/4420*100\%=23,07\%$

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единиц продукции, умноженное на 100%:  $17700/23,07\%*100\%=76723$ .

Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура= $76723/4420=17$ .

Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать более 17 туров.

Таким образом, на основе анализа, анализа трудов: А. П. Дуровича, О. Т. Лебедев, Н. С. Морозовой, Р. Морриса, И. Т. Балобанова, В. А. Квартальнова, мы разработали программу и технологическую документацию познавательного-развлекательного тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбург. Для определения эффективности разрабатываемого турпродукта составили SWOT-анализ проекта и разработали маркетинговую программу его продвижения; рассчитали стоимость двухдневного тура, которая составила 4420 рублей на человека. При указании стоимости тура выручка переходит в точку безубыточности после продажи 17 туров.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало актуальность выбранной темы. В ходе написания работы была исследована нормативно-правовая база, научные статьи и литература, следовательно, можно сделать вывод что, под познавательным-развлекательным туризмом понимаются информационное потребление рекреационных ресурсов. Он ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с культурными ценностями: археологическими и культурно-историческими памятниками, архитектурными ансамблями, этнографией (быт, культура, традиции народов, фольклор), хозяйством. Познавательный туризм редко выступает в качестве самостоятельного направления, обычно познавательные цели путешествия сочетаются с иными – отдых, развлечения. Основным элементом познавательных-развлекательных туров является экскурсия – посещение достопримечательных чем-либо объектов с элементами развлечений (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т. д.) с целью приобретения новых знаний и получения новых впечатлений.

Как и любой другой вид туризма, познавательный-развлекательный, имеет присущие ему циклы рекреационной деятельности, а именно: в большей степени познавательные и развлекательные. Для организации познавательного-развлекательного тура необходимы туристские ресурсы, такие как: культурно-исторические (музеи, памятники архитектуры); развлекательные (ночные клубы, фестивали); трудовые ресурсы (работники, принимающие участие в оказании услуг на пути следования туристской группы).

В настоящее время познавательный-развлекательный туризм набирает популярность среди людей молодежного возраста. Психолого-педагогические особенности молодежной аудитории – это преобладание поисковой, творческо-экспериментальной активности, огромная потребность в эмоциональных контактах, стремление к психологическому комфорту в

эмоциональных контактах, стремление приобрести определенные навыки общения с людьми различного социально-психологического склада, потребность в сопереживании, потребность в информации, свободный выбор личностью досуговых занятий. Молодежный туризм, являясь одной из форм молодежного досуга, имеет большое значение в жизни молодого человека, так как он направлен на восстановление физических и психологических сил, удовлетворяет потребности молодого человека в общении, развлечениях, активном и подвижном отдыхе.

Проектирование нового тура предполагает проведение анализа туристского рынка и маркетингового исследования. В городе Екатеринбурге существуют туристские организации, которые предоставляют туры и организуют экскурсии по городу. Из туристских фирм города Екатеринбурга можно выделить такие фирмы как: «Визит-Урал-Сибирь», «Эльтранс», «ЮВА-тур», «Евразия», «Спутник», бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал», «Рандеву». На основе данного перечня был сделан анализ, в результате которого было выявлено, представленные туристские фирмы предлагают богатое разнообразие обзорных экскурсий по городу Екатеринбургу, но нет познавательно-развлекательного тура для молодых людей с учетом их физических и психологических особенностей. Исходя из данных маркетингового исследования, можно сделать выводы о том, что потенциальным потребителям вполне интересен познавательно-развлекательный туризм. Молодежной аудитории города Екатеринбурга интересны познавательно-развлекательные туры продолжительностью 2 дня, также туристы рассматривают познавательно-развлекательные туры продолжительностью и в 1 день. Так, 71 % опрошенных указывают, что им было бы интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу. Туристам интересны познавательно-развлекательные туры стоимостью не более 7000 тысяч рублей.

Организация познавательно-развлекательного тура весьма многогранна и состоит из нескольких компонентов, к которым можно отнести

Федеральные законы, ГОСТы. На основе этих документов была разработана программа познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в город Екатеринбург, рассчитанный на совершеннолетних граждан от 18 до 30 лет, интересующихся познавательно-развлекательным туризмом. Данный тур отличается как экскурсионным обслуживанием, так и развлекательным. В данном туре можно увидеть разнообразные объекты туристского интереса, среди них: обзорная экскурсия по Екатеринбургу, свердловская киностудия, парк чудес «Галилео», художественный музей Эрнста Неизвестного, президентский центр Бориса Ельцина, ночной клуб «Funny duck», екатеринбургский музей изобразительных искусств, дом квестов, музей В.С. Высоцкого, смотровая площадка «Высоцкого». Для разработки маршрута необходимые такие документы, как: технологическая карта, график загрузки туристского предприятия и другие.

Таким образом, разработан двухдневный познавательно-развлекательный тур в город Екатеринбург для молодежной аудитории, рассчитанный на граждан от 18 до 30 лет, интересующихся данным видом активного отдыха. Цена данного тура составляет 4420 рублей на человека. При указании стоимости тура выручка переходит в точку безубыточности после продажи 17 туров.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция (Основной Закон) Российской Федерации – России [Текст]: офиц. текст изд. Верховного Совета РФ М.: Известия, 1993.
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой 24 ноября 1996 № 132 – ФЗ [ред. от 03.05.2012 г.] – 24 с.
3. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования [Текст]: – введен 16.11.2000г. – М.: Госстандарт России: Изд. стандартов, 2001. – 7 с.
4. ГОСТ Р 50681-2010 Туристско-экскурсионное обслуживание. [Текст]: введен 01.01.2010г. – М.: Госстандарт России: Изд. стандартов, 2010. – 20 с.
5. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Текст]: введ. 01.01.2016 г. – М.: Госстандарт России: Издательство стандартов, 2004. – 5 с.
6. ГОСТ Р 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов [Текст]: введен 01.01.2016г. – М.: Госстандарт России: Изд. стандартов, 2009. – 7 с.
7. Постановление Госстандарта РФ от 14.10.94 №18 Об утверждении правил сертификации туристских услуг [Текст]: введ. 14.10.1994 г. – М.: Госстандарт России: Издательство стандартов, 2001. – 10 с.
8. Аванесова, Г.А, Воронкова, Л.П, Маслов, В.И, Фролов, А.И. Туризм, гостеприимство, сервис [Текст]: словарь-справочник / Л.П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002– 176 с.
9. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: МарТ, 2003. – 176 с.
10. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма [Текст]: учеб. пособие / А.В. Бабкин. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 252 с. – (Высшее образование)

11. Волгина, Н.А. Демография [Текст]: учебник / Н.А. Волгина – М.: РАГС, 2003. – 384 с.
12. Воловик, А.Ф. Педагогика досуга [Текст]: учебник / А.Ф. Воловик, В.А Воловик. – М.: Флинта, 1998. – 168 с.
13. Выготский, Л.С. Педагогика подростка [Текст]: учебник / Л.С. Выготский. – М.: Педагогика, 1999. – 215 с.
14. Долженко, Г.П. Экскурсионное дело [Текст]: учебное пособие / Г.П. Долженко. – М.: МарТ, 2006. – 304 с.
15. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст]: словарь / В.И. Даль. – М.: Цитадель, 1998. – 304 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб. пособие / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2004. – 496 с.
17. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
18. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение [Текст]: учебник / Б.В. Емельянов.– М.: Советский спорт, 2004. – 216 с.
19. Егорычева, Е.В. Менеджмент организации. Теория и практика. [Текст]: учебник / Е.В. Егорычева. – М.: Омега-Л, 2014 – 503 с.
20. Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности [Текст]: учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
21. Зорин И.В., Зорин А.И. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст]: учебник для вузов / И.В Зорин, А.И. Зорин; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с.
22. Золотая книга Екатеринбурга и Свердловской области [Текст]: в 2 т. Т. 2 / глав. Ред. Ю.В. Кондатова. – Екатеринбург: Тавель, 2008. – 232 с.

23. Ильина, Л.А. Туристское природопользование [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Л.А. Ильина. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 192 с.
24. Коржева, Э.М. Марксистско-ленинская социология [Текст]: краткий словарь по социологии / Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова, Д.М. Гвишиани. – М.: Академия, 1989.– 480 с.
25. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063 с.
26. Козырева, Т.В. Учет издержек в туризме [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Козырева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 224 с.
27. Руденко Л.Л. Международный туризм [Текст]: правовые акты. - М.: Финансы и статистика, 2002. – 113 с.
28. Самойленко Е. Свердловская область: активный и познавательный туризм [Текст]: путеводитель / Е. Самойленко – Екатеринбург: Репейник, 2012. – 252 с.
29. Трегубов, Б.А. Свободное время молодежи: сущность, типология, управление [Текст]: учебник / Б.А. Трегубов – М.: СПб, 1997. – 223 с.
30. Хрисанфова, Е.Н. Основы геронтологии [Текст]: учебник / Е.Н. Хрисанфова. – М.: Владос, 1999. – 192 с.
31. Путеводитель «Наш Екатеринбург. Путеводитель по центру столицы Урала. Больше, чем Красная Линия» [Текст]: – 2012. – 22-23 с.
32. Официальный сайт Туристического холдинга Визит-Урал-Сибирь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visitural.ru/> – Загл. с экрана.
33. Официальный сайт туристского бюро Эльтранс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ltur66.ru/> – Загл. с экрана.
34. Официальный сайт Уральского туристического центра «ЮВА-тур» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uva-tour.com/> – Загл. с экрана.

35. Официальный сайт туристско-экскурсионной фирмы Евразия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tfevrazia.ru/> – Загл. С экрана.
36. Официальный сайт Екатеринбургского бюро международного туризма Спутник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sputnik-ekb.ru/> – Загл. с экрана.
37. Официальный сайт бюро путешествий и экскурсий Тур-Урал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tur-ural.ru/> – Загл. с экрана.
38. Официальный сайт турфирмы «Рандеву» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rndv.3dn.ru/> – Загл. с экрана.
39. Официальный сайт Наш Урал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nashural.ru/mesta-reg/ekaterinburg.htm/> – Загл. с экрана.
40. Официальный сайт Объединенный музей писателей Урала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.omprural.ru/> – Загл. с экрана.
41. Официальный сайт Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourlib.net/> – Загл. с экрана.
42. Официальный сайт Информационно-туристический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allturportal.ru/index.php> – Загл. с экрана.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### Технологическая карта туристского путешествия

#### Познавательного-развлекательный тур для молодежной аудитории в город Екатеринбург.

##### 1. Основные показатели маршрута

Вид маршрута: автобусно-пеший

Категория сложности: некатегорийный

Протяженность маршрута (км): 6.33

Продолжительность путешествия (сут.): 2 дня

Число туристских групп: 14

Число туристов в группе: 15 человек

Всего туристов по маршруту: 280 человек

Всего человеко-дней обслуживания: 15 человек за 2 дня

Начало обслуживания на маршруте первой группы: 02.05.2016

Начало обслуживания на маршруте последней группы: 26.09.2016

Конец обслуживания последней группы: 27.09.2016

Стоимость путевки: 4420 рублей.

График заезда туристских групп на май-сентябрь 2016 г.

Месяц	Число туристов в месяц	График заезда туристских групп по месяцам	Число групп в месяц
1	2	3	4
май	30	02.05.2016-3.05.2016 30.05.2016-31.05.2016	15
июнь	30	13.06.2016-14.06.2016 26.06.2016-28.06.2016	15
июль	30	4.07.2016-5.07.2016 18.07.2016-19.07.2016	15
август	30	08.08.2016-9.08.2016 22.08.2016-23.08.2016	15
сентябрь	30	12.09.2016-13.09.2016 26.09.2016-27.09.2016	15

##### 2. Программа туристского путешествия

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование туристских предприятий и условия размещения	Запланированные туристские услуги. Наименования экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов	Экскурсионные расходы на 1 ч
<p>город Екатеринбург, передвижение на автобусе. Прибытие в 10:00 первого дня. Отправление в 18:00 второго дня.</p>	<p>Отель «Протекс» (г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 70)</p>	<p>1 день: Обзорная экскурсия по Екатеринбургу, Экскурсия на Свердловскую киностудию, (звукозаписывающая студия, костюмерно-реквизиторский цех, парк чудес «Галилео»), Художественный музей Эрнста Неизвестного, Президентский центр Бориса Ельцина. Интерактивное занятие «Я голосую «ЗА»!, Экскурсия в Ночной клуб Funny duck 2 день: Екатеринбургский музей изобразительных искусств, Дом квестов, музей В. С. Высоцкого. Посещение смотровой площадки в БЦ «Высоцкий</p>	<p>300 рублей с человека</p> <p>20 рублей с человека</p> <p>300 рублей с человека</p> <p>25 рублей с человека</p> <p>300 рублей с человека</p> <p>25 рублей с человека</p> <p>50 рублей с человека</p>

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК**

**к путевке туристского путешествия**

**«Познавательно-развлекательный тур в город Екатеринбург»**

**Обязательная информация**

Предложенный тур является некатегорийным, познавательно-развлекательным. По построению трассы – кольцевым, по продолжительности 2 дня. По способу передвижения – автобусно-пеший, так как группа в течение всего путешествия передвигается не только на автобусе, но и самостоятельно проходит к объектам показа. Цель данного тура: ознакомиться с культурой, достопримечательностями, развлекательными заведениями города Екатеринбурга. Тур рассчитан на активных людей молодежного возраста (от 14 лет до 30 лет), интересующихся культурой и достопримечательностями столицы Урала. Место проведения – город Екатеринбург. В ходе путешествия группа посетит культурно-познавательные объекты такие, как: обзорная экскурсия по Екатеринбургу (ул. Челюскинцев, ул. Б. Ельцина: Ельцин Центр, памятник Б. Ельцину, Екатеринбург-Сити, Свердловский государственный академический театр драмы; площадь 1905 года: памятник Ленину, здание городской администрации, гимназия №9; Исторический сквер, водонапорная башня, памятник В. Татищеву и В. де Генину, дом Севастьянова; площадь Труда и часовня Святой Екатерины; Колизей, Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии; площадь Парижской Коммуны: памятник Свердлову, здание УРГУ им. А.М. Горького, Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета; гостиница Исеть, Городок Чекистов, здание Штаба Центрального военного округа, памятник Г.К. Жукову, окружной Дом Офицеров, памятник Чёрный тюльпан, концертный зал им. И. Маклецкого, Свердловская государственная филармония, дом В.М. Метенкова, музей истории Екатеринбурга). Экскурсия на Свердловскую киностудию, (звукозаписывающая студия, костюмерно-

реквизиторский цех, парк чудес «Галилео»), художественный музей Эрнста Неизвестного, президентский центр Бориса Ельцина, ночной клуб «Funny duck», екатеринбургский музей изобразительных искусств, дом квестов, музей В. С. Высоцкого, смотровая площадка БЦ «Высоцкий. Актуальность тура состоит в том, что город Екатеринбург обладает высоким туристским потенциалом для разработки новых интересных маршрутов, в частности необходимым является проектирование познавательно-развлекательных туров для людей молодежного возраста, так как в России это направление еще только в процессе развития.

Екатеринбург (с 1924 по 1991 Свердловск) – четвёртый по численности населения (после Москвы, Санкт-Петербурга и Новосибирска) город в России, административный центр Свердловской области, крупнейший административный, культурный, научно-образовательный центр Уральского региона. История города Екатеринбурга началась в XVIII веке. В 1721 году Петр I Великий издал указ, на основании которого Татищев Василий Никитич на реке Исеть начал строительство металлургического завода. В Екатеринбурге свыше 600 памятников истории и культуры, из них 43 – объекты федерального значения. Исторический центр Екатеринбурга: Площадь 1905 года – главная площадь города. Плотина Городского пруда на реке Исеть (жители города ласково называют её «Плотинка») и прилегающий к ней Исторический сквер, на месте которого в XVIII–XIX веках находились железоделательный завод, монетный двор, гранильная фабрика, а сейчас – музеи промышленности, архитектуры и природы Урала, музей изобразительных искусств со знаменитым Каслинским чугунным павильоном, памятник основателям города Татищеву и Де Геннину. Главное управление горных заводов (Горная канцелярия, 1737 – сер. XIX в., ныне здание Уральской консерватории) на просп. Ленина.

Дом Севастьянова – жемчужина архитектурного ансамбля застройки городской плотины, позже здание бывшего окружного суда (1860-1866, архитектор А. И. Падучев).

Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии один из ведущих театров России в жанре оперетты, музыкальной комедии и мюзикла, многократный обладатель Национальной театральной премии «Золотая маска» (в том числе три премии за лучший спектакль в жанре оперетта/мюзикл)

Музей истории Екатеринбурга расположен в нескольких старинных зданиях в историческом центре города. Главное здание музея за свою долгую жизнь было гостиницей, дворянской усадьбой, доходным домом и коммунальными квартирами. В 1992 году началась новая жизнь музея, он был реорганизован в Музей истории Екатеринбурга. В обновленной экспозиции можно прогуляться по улицам старого Екатеринбурга, познакомиться с историей дома, увидеть наш город из космоса.

Свердловскую киностудию. Единственная в России региональная киностудия, которой управляет молодежная команда и которая с удовольствием представляет и опытным сценаристам, молодым режиссерам, независимым продюсерам, кинокомпаниям, телеканалам и рекламным агентствам, а также, российским предприятиям и инвесторам, свои услуги и партнерство в создании нового по духу и стилю кино, современных телефильмов и телесериалов, рекламы, инновационных фильмов для бизнеса и качественного цифрового контента.

Парк чудес «Галилео» – это познавательно-развлекательный центр, где в увлекательной форме можно узнать, как работают и устроены те или иные явления. Многочисленные залы, комнаты и переходы, заполнены чудесами, которые приведут посетителей «Галилео» в один из крупнейших в Европе зеркальный лабиринт иллюзий. Стараниями ученых, фокусников и инженеров получилась другая реальность, иной мир, не только развлекательный, но и познавательный.

9 апреля 2013 года в г. Екатеринбурге открылся Художественный музей Эрнста Неизвестного, филиал ГАУК СО «Свердловский областной краеведческий музей». Экспозиция музея размещена в самом центре города

по адресу: ул. Добролюбова, 14 (напротив резиденции представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе). Музей создан на базе подлинных графических работ, скульптуры малых форм, иллюстрированных книжных изданий и эксклюзивных фотографий, а также электронного архива. Основу коллекции составляют авторские подлинники, официальные тиражные издания и материалы из личного архива мастера, фотографии и электронные ресурсы сети Интернет. Музей оснащен современным мультимедийным оборудованием, которое дает возможность виртуально познакомиться с работами скульптора, находящимися в разных странах мира. Художественный музей Эрнста Неизвестного – обладатель ГРАН-ПРИ городского конкурса «Лучший музейный проект года – 2013». В июне 2014 года экспозиция музея была отмечена премией губернатора Свердловской области.

«Президентский центр Б.Н. Ельцина» (Ельцин Центр) – некоммерческая организация, носящая имя первого президента России. Основная задача Центра – сохранение, изучение и осмысление исторического наследия Бориса Ельцина в контексте политических и социальных событий 90-х. Центр задумывался как общественно-политическая организация, способствующая построению правового государства, изучению и развитию института президентства в России.

Для людей, которые ценят хорошую музыку, умеют и любят отдыхать с друзьями, ценят качественный сервис, стремятся найти лучшее в жизни! Паб «FUNNY DUCK» - это сочетание европейской кухни, атмосферы рок-н-ролла и русской души.

Екатеринбургский музей изобразительных искусств является крупнейшим художественным музеем Урала. Датой его основания считается 1936 год, хотя история его коллекций восходит к последней четверти XIX века и связана с деятельностью Уральского общества любителей естествознания (УОЛЕ). УОЛЕ сыграло немаловажную роль в формировании собрания Свердловского областного краеведческого музея, из

художественного отдела которого впоследствии была образована Свердловская картинная галерея (с 1988 года – Екатеринбургский музей изобразительных искусств). В последующие годы музейное собрание пополнялось передачами произведений из Государственного Эрмитажа, Государственной Третьяковской галереи, Государственного музея изобразительных искусств им. Пушкина, поступлениями из Государственного музейного фонда, столичных закупочных комиссий, а также от частных коллекционеров и из мастерских художников. Сегодня музей изобразительных искусств активно участвует в культурной жизни города, являясь организатором крупных международных проектов, престижных выставок из собраний столичных российских музеев и частных коллекций, а также сформированных из собственных фондов и мастерских художников. Музей успешно выполняет не только традиционные научные, просветительские, хранительские функции, но и проводит в своих стенах самые разнообразные культурно-развлекательные мероприятия.

Квест в реальности – это развлекательная игра для команды из нескольких человек, в специально подготовленном помещении. Игра требует применения логики, ловкости и умения работать в команде. Зачастую локации (комнаты) оборудованы декорациями, электронными механизмами, а так же специальными эффектами, с целью полного погружения команды в атмосферу сюжета. Сюжеты квестов в реальности могут быть самыми разными: от популярных фильмов и компьютерных игр до совершенно уникальных авторских сценариев. Игра требует от игроков работать в команде, решать логические задачи и применять ловкость и физическую силу в условиях дефицита времени.

Музей Владимира Высоцкого. Для всех поклонников творчества известного поэта в Бизнес Центре «Высоцкий» открыт Екатеринбургский Музей Владимира Высоцкого. Концепция Музея уникальна, веками показана вся жизнь Владимира Семеновича. В основу экспозиции вошли личные вещи Владимира Высоцкого. Самое высокое здание в Екатеринбурге, не посетить

это место – не увидеть Екатеринбург с высоты птичьего полета, всей прелести этого небольшого, но уютного и красивого города. Недавно появился еще один повод посетить смотровую площадку. Совладелец центра Андрей Гавриловский разыскал, купил и отреставрировал легендарный «Мерседес» 450 W 116 1974 года выпуска, принадлежавший самому Владимиру Высоцкому. Машина выставлена перед входом в бизнес-центр, где любой желающий может посмотреть на нее и сфотографироваться. Это один из первых «Мерседесов», появившихся в СССР. Его не смогли найти даже для съемок фильма «Высоцкий. Спасибо, что живой».

Описание технологии туристско-рекреационного проектирования программы с наличием соответствующих таблиц.

Рекреационный цикл, который представляет интерес при разработке программы тура – познавательный и развлекательный (табл. 2 и 3).

**Анкета для проведения опроса при разработке и внедрении  
познавательно-развлекательного тура для молодежной аудитории в  
город Екатеринбург.**

Уважаемые респонденты, просим Вас принять участие в опросе, проводимом в рамках подготовки бакалаврской выпускной квалификационной работы на факультете туризма и гостиничного сервиса ФГБОУ ВПО «УрГПУ».

**Инструкция:** для правильного заполнения анкеты достаточно обвести выбранный вариант ответа.

1. Участвовали ли Вы в путешествиях познавательно-развлекательного (экскурсионного) характера в городе Екатеринбурге?
  - а) да
  - б) нет
2. Как часто Вы путешествуете?
  - а) 1 раз в год;
  - б) 2 раза в год;
  - в) более 2 раз в год;
  - г) раз в 5 лет;
  - д) другое: \_\_\_\_\_.
3. Считаете ли вы количество познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории в городе Екатеринбурге достаточным?
  - а) да;
  - б) скорее да, чем нет;
  - в) скорее нет, чем да;
  - г) нет
4. Интересен ли Вам познавательно-развлекательный туризм?
  - а) да;
  - б) нет;
  - в) затрудняюсь ответить.

5. Чем по вашему мнению популярен город Екатеринбург? (можно отметить несколько вариантов ответов)

- а) памятниками природы, историческими достопримечательностями, музеями, театрами;
- б) ночными клубами, парками развлечений, различными развлекательными заведениями;
- в) ничего не знаю о городе Екатеринбурге;
- г) другое: \_\_\_\_\_.

6. Путешествовали ли вы по городу Екатеринбургу?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

7. Если «нет» то, было бы вам интересно совершить путешествие по городу Екатеринбургу?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

8. Что для вас важно в выборе тура? (можно выбрать несколько вариантов)

- а) безопасность;
- б) вкусная еда;
- в) красивая природа;
- г) познавательный элемент;
- д) развлекательный элемент;
- е) цена;
- ж) другое: \_\_\_\_\_.

9. Какова наиболее оптимальная для вас продолжительность тура?

- а) 1 день;
- б) 2 дня;
- в) 3 дня;

г) другое: \_\_\_\_\_.

10. Какую сумму вы готовы потратить на познавательно-развлекательный тур по городу Екатеринбургу?

а) 5000-7000 рублей;

б) 7000-9000 рублей;

в) 9000-12000 рублей;

г) 12000-15000 рублей.

11. С кем Вы обычно путешествуете?

а) с друзьями;

б) один;

в) с родственниками;

г) другое: \_\_\_\_\_.

12. Ваш пол:

а) мужской;

б) женский.

13. Ваш возраст:

а) до 18;

б) от 18 до 25;

в) от 25 до 35;

г) от 35 до 45;

д) от 45 до 55;

е) старше 55.

14. Род Вашей деятельности:

а) учащийся школы;

б) студент;

в) работающий;

г) временно неработающий;

д) другое: \_\_\_\_\_.

Спасибо за участие!