

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 АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ  
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА**

*Выпускная квалификационная работа  
по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм*

Исполнитель:  
Володина Вероника  
Евгеньевна,  
студентка группы БТ-41

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Допущена к защите  
зав. кафедрой туризма и  
гостеприимства  
\_\_\_\_\_ А.И. Фишелева

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

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

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА</b> .....	8
1.1. Общая характеристика понятия «гастрономический туризм».....	8
1.2. Роль анимации в гастрономическом туризме.....	19
1.3. Возможности Екатеринбурга в развитии гастрономического туризма.....	31
<b>ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА ПО ЕКАТЕРИНБУРГУ</b> .....	41
2.1. Маркетинговое исследование актуальности проектирования анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	41
2.2. Содержание анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	49
2.3. Экономическое обоснование и основные направления по продвижению анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	62
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	71
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	75
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.</b> Анкета-опросник потенциальных потребителей анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	79

<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2.</b>	Карта-схема маршрута анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	81
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.</b>	Технологическая карта анимационной программы гастрономического тура «Вкусный Екатеринбург»..	82
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4.</b>	Анимационная программа в кафе «Лепота», «Нет пищи краше, чем перловая каша».....	86
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5.</b>	Викторина «Кулинар» анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	89
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6.</b>	Викторина «История русской кухни» анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	91
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 7.</b>	Викторина «Итальянские сыры» анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.....	93

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в Российской Федерации уделяется большое внимание развитию внутреннего туризма. Среди различных видов туризма в России с каждым годом приобретает все большую популярность гастрономический туризм. Он является синтезом экологии, культуры и производства, и знакомит туриста с различными блюдами в разных местностях на территории России. По мнению ряда экспертов кулинарной и ресторанной сферы, гастрономический туризм не всегда можно отделить от других видов туризма, так как многонациональная кухня во многом является частью российской культуры в целом. Цель гастрономических туров – насладиться особенностями кухни той или иной местности. Важно получить удовольствие от местной рецептуры, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи.

Трудно представить гастрономические мероприятия без анимации. Ведь еда может рассказать о духе народа его обычаях и традициях, поэтому дегустации и мастер классы, сопровождающиеся народными костюмами, тематическими декорациями, песнями, танцами, загадками или разнообразными викторинами помогут понять истинность настоящего блюда определенной местности. В настоящее время в России проходят различные гастрономические событийные мероприятия и с каждым новым сезоном их становится все больше, организаторы стремятся преподнести их интереснее и разнообразнее, включая анимационные программы. Например, в Москве: «Праздник мороженого», «Бургер Fest», «Русская кухня», «Вкусная страна», в Санкт Петербурге: «Веган Фест», «Мир пряника», «Coffee Festival», «Полезные вкусности», «День Яблок», в Крыму: фестиваль рыбной кухни «Барабулька», фестиваль «Золотая гроздь винограда», «Вкус Крыма».

Также и на Урале активно развивается гастрономический туризм: в Челябинске: фестиваль «Tarelka», фольклорно-гастрономический фестиваль «Уральские пельмени на Николу зимнего», фестиваль народных напитков на

Южном Урале, в Перми: эко гастрономический фестиваль «Бевстроганов», «Ночь вкуса», фестиваль кулинарного искусства «Пермская кухня», в Тюмени: фестиваль «Пельмени Тюмени», ежегодный гастрономический фестиваль. Свердловская область также не осталась в стороне, в Нижнем Тагиле: «Гастрономический фестиваль», который проходит на горе Белой, в Сухом Логе: «Фестиваль блинов», «Фестиваль русской кухни», в Нижней Синячихе: «Масленица».

Огромное количество мероприятий гастрономической направленности с использованием анимации представлено и в Екатеринбурге, он обладает большим потенциалом в развитии гастрономического туризма, где проводятся такие событийные мероприятия, как «Барбекю шоу», международный кулинарный салон «Евразия», «Фестиваль русской окрошки», гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР», Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая», Международный туристский форум «Большой Урал», «Фестиваль постной кухни». Гастрономия является неотъемлемой частью таких праздников как, День города, День победы, Рождество, Пасха и многие другие праздники.

Развитие гастрономического туризма в Екатеринбурге позволяет туристам составить свое представление об удивительной стране и уральском регионе в целом. Еда приоткрывает тайну духа российского многонационального народа, помогает понять его менталитет. Любая российская национальная кухня имеет свои эксклюзивные рецепты, а уральская кухня славится своими необычными напитками и блюдами, также в Екатеринбурге можно увидеть различные кухни мира и погрузится в атмосферу той или иной страны.

Интерпретация понятия «гастрономический туризм» нашла отражение в работах: И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, М. Лупиной, А. Ефимова, Т. Элиаровой, Л.И. Здановича, А.Д. Чудновского, О.В. Алексеева, Н.Е. Сухановой, Л. Лонг, Б. Шмитт, А.В. Бабкина и др.

Роль анимации в гастрономическом туризме раскрыта в трудах: Е.М.

Приезжевой, О.Т. Лойко, М.Б. Биржакова, А.В. Урядовой, А.Ю. Александровой, А.Д. Жаркова, В.М. Чижикова, Э. Вульф и др.

Возможности Екатеринбурга в развитии гастрономического туризма нашли отражение в работах: В.А. Новисовой, Е.С. Куликовой и др.

Несмотря на то, что в последнее время гастрономический туризм в Екатеринбурге успешно развивается и вызывает большой интерес у туристов, анимационных программ недостаточно. Таким образом возникает **противоречие:**

– между большими возможностями привлечения туристов в Екатеринбург на гастрономические мероприятия и недостаточным включением в них анимационных программ.

**Проблема исследования** заключается в проектировании новых анимационных программ для гастрономических туров по Екатеринбургу.

**Объект:** гастрономический туризм.

**Предмет:** основные этапы проектирования анимационной программы для гастрономического тура по Екатеринбургу.

**Цель:** спроектировать анимационную программу гастрономического тура по Екатеринбургу.

**Задачи:**

1. Охарактеризовать понятие «гастрономический туризм».
2. Показать роль анимации в гастрономическом туризме.
3. Выявить возможности Екатеринбурга в развитии гастрономического туризма.
4. Провести маркетинговое исследование актуальности проектирования анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.
5. Описать содержание анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.
6. Представить экономическое обоснование и основные направления по продвижению анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.

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

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА**

## **1.1. Общая характеристика понятия «гастрономический туризм»**

В настоящее время гастрономический туризм приобрел большую популярность у туристов. Посещение других стран с целью ознакомления или наслаждения кухней, или кулинарной культурой является чудесной идеей для тех, кто хочет получить новые впечатления от отдыха.

По мнению В. Ю. Воскресенского, гастрономический туризм называют путешествиями со вкусом, так как кулинарные удовольствия лучше всего помогают понять культуру того или иного народа. Пища может быть важным средством познания другой культуры и позволит почувствовать это «другое» не только на интеллектуальном, но и на чувственном уровне. Это делает пищу неотъемлемой частью туристского потребления и производства, увеличивает ее роль в успешном развитии туристической индустрии. Питание является элементом, который включен в новую концепцию культурного туризма и культурного наследия, что обусловлено растущей тенденцией к желанию благополучия в жизни, охраны окружающей среды, подлинности чувств и стремления к получению качественного опыта во время путешествий [10, с. 128].

Термин кулинарный туризм был введен в 1998 году доцентом кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонгом. В 2003 году Эриком Вульфом была основана Международная ассоциация гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), президентом которой он является на данный момент. В 2012 году был заменен термин кулинарный туризм на гастрономический туризм из-за того, что исследование, проведенное Международной ассоциацией гастрономического туризма, показало, что большинство американцев, среди которых проводилось исследование,

считали, что кулинарный туризм для элиты. Поэтому было решено заменить термин на более доступный для большинства жителей, который объединяет продовольственные магазины, винные заводы, пабы для местных жителей, уличных торговцев, единственные в своем роде рестораны в одно понятие [35].

По толковому словарю Л. И. Здановича, понятие «кулинария» обозначается как «искусство приготовления пищи». Согласно свободной энциклопедии Википедия «кулинария» (от лат. «culīnāria (ars)» – «кухонное (ремесло)», от лат. «culīna» – «кухня») – это область человеческой деятельности, которая связана с приготовлением пищи и включает в себя комплекс технологий, оборудования и рецептов». Из определения кулинарии видно, что относить к кулинарному туризму пивные и винные туры некорректно, так как она отвечает только за приготовление блюд [12].

По мнению Е. М. Приезжевой, винные туры или эно-туры, появились впервые во Франции в ведущей винодельческой стране. Эно-туризм – это вид туризма, в процессе которого путешественников знакомят с национальными традициями потребления и производства вина. Название эно-туры получили от понятия «энология» – наука о вине. В 1905 г. во Франции в провинции Шампань появился первый институт энологии. Понятие «гастрономия» гораздо шире, чем «кулинария». Из «Кулинарного словаря» Л.И. Здановича узнаём, что «под гастрономией до XX века понимали изысканный и тонкий вкус в области еды. В начале XX века гастрономией стали называть всю совокупность высококачественных продуктов питания (первоначально сосредоточенных в закусочных, ресторанах, а затем и в магазинах). Отсюда появилось советское новообразование «гастроном» представлял собой магазин пищевых продуктов». Иное определение гастрономии даёт «Объединённый словарь кулинарных терминов»: «Гастрономия – это искусство и наука искусного питания, еды и питья» [19, с. 89].

Существует понятие гастрономии более в широком смысле: «Гастрономия (от греч. «гастро» – желудок) – наука, которая изучает

связь между пищей и культурой. Часто ошибочно относится к кулинарии, однако последняя – только небольшая часть дисциплины. Гастрономия относится к социальным наукам и искусству». Таким образом, гастрономический туризм значительно шире, чем кулинарный, так как знакомит не только с блюдами национальных кухонь, но и с искусством пивоварения, виноделия, а также с особенностями производства и потребления других алкогольных и безалкогольных напитков, которые сопровождают приём пищи и подчёркивают уникальный вкус различных национальных кухонь. Этот вид туризма включает посещение стран и регионов с целью знакомства с блюдами и напитками, которые приготовлены соответствуя рецептам той или иной национальной кухни, а также соблюдены традиционные способы производства и потребления [18, с. 76].

По мнению ряда экспертов, гастрономический туризм можно отделить от других видов туризма не всегда, потому что национальная кухня во многом является частью культуры в целом. Тем не менее, нельзя игнорировать его активное развитие и все большее обособление и превращение в самостоятельный вид туризма, который имеет достаточно большие перспективы. Термин «эногастрономический туризм» появился недавно и используется не так широко, как его составляющие: гастрономический (кулинарный) и энологический (винный, винодельческий) туризм. Все перечисленные термины имеют право на существование, но применение более широкого термина «эногастрономический туризм» несколько логичней, так как любое кулинарное путешествие предполагает сопровождение еды соответствующими напитками и наоборот [18, с. 77].

Л. Лонг объясняет, что понятие «винный туризм» как бы ограничивает туристов только знакомством с вином, его местом производства, произрастания, его сортами и т. д., и становится не понятно, к какому виду туризма относятся туры-знакомства с крепкими спиртными напитками, пивные туры, также термин «кулинарный туризм», предполагает не только гастрономические путешествия, но и любой выход за рамки повседневного

рутинного питания, что не является с нашей точки зрения туризмом. Еще один важный факт, термин «энологический туризм» является более широким понятием, который предполагает не только гастрономическую, но и рекреационную составляющую (энологические SPA-курорты). Эногастрономические туры – одна из новых форм альтернативного туризма. Они становятся популярными по всему миру. Каждый год увеличивается количество стран, где проложены гастрономические маршруты. Люди отдают предпочтение этому виду отдыха, поскольку хотят полакомиться тем или иным блюдом «в оригинале», а не его «репликой» [35, с. 67].

Б. Шмитт считает, что кулинарный туризм привлекает истинных гурманов, для которых хорошее блюдо – больше чем просто еда. Данный вид путешествий не сводится к тому, чтобы попробовать экзотическое, редкое блюдо или перепробовать бесчисленное количество кушаний. Важно насладиться рецептурой, которая веками вбирала в себя культуру приготовления пищи, традиции и обычаи жителей. Кулинарные традиции помогают гораздо лучше понять культуру страны. Дегустация может сопровождаться рассказами о местной кухне, особенностях вина, других продуктов, их сочетаемости, демонстрацией процесса выращивания, обработки, производства и хранения. Эногастрономический туризм сохраняет национальные блюда в исходном виде, поэтому подобные начинания поддерживают правительства многих стран. Например, Латвийская ассоциация гостиниц и ресторанов и Рижская дума в 2009 году разработали рижский путеводитель для гурманов [23, с. 69].

По мнению О. В. Алексеева, развитию гастрономического туризма содействуют крупнейшие международные организации. Так, в 2010 году признание ЮНЕСКО мексиканской кухни объектом Всемирного наследия, привело к разработке Министерством туризма этой страны масштабной программы по продвижению своей кухни с помощью 18 гастрономических маршрутов, которые охватывают 155 направлений во всех штатах [25].

Н. Е. Суханова полагает, что каждая страна имеет потенциал для развития у себя эногастрономического туризма, ведь в любой стране своя неповторимая кухня. Тур может включать в себя знакомство с кулинарными традициями одного или нескольких регионов страны. Бывают маршруты, знакомящие с различными блюдами в одной местности или с одним блюдом в разных местностях. Эногастрономический туризм не замыкается исключительно на национальной кухне. Его объектом может быть отдельный продукт (например, шоколад, сыр). Популярное направление в эногастрономическом монотуризме – винные туры, предполагающие посещение знаменитых винодельческих хозяйств того или иного региона с дегустацией и приобретением вин. Объектом гастрономического туризма могут быть специализированные заведения, например, рестораны, в которых работают знаменитые повара или которые отмечены гастрономическими гидами, памятники, специализированные музеи [34, с. 80].

По мнению Н. Е. Сухановой, одной из разновидностей гастрономического тура являются сельские, или так называемые «зеленые», экотуры. Их отличие в том, что, отправляясь в сельскую местность, турист желает попробовать экологически чистый продукт. Экотуры предлагают сбор овощей и фруктов на фермах, дикорастущих ягод в лесу, прогулку по дорогам виноделия, охоту на трюфели, питание продуктами, которые произведены в соответствии со строгими экологическими нормами. Поводом для эногастрономического туризма может стать особое событие или мероприятие, которое связано с гастрономией, виноделием, кулинарией, (например, октоберфест, праздник Божоле нуво и др.) [34, с. 86].

Б. Шмитт считает, что эногастрономический туризм предоставляет возможность вовлекать туристов в процесс кулинарии. Поэтому помимо познавательно-рекреационных целей эногастрономический туризм преследует образовательные цели (курсы сомелье, дегустаторов, кулинарные курсы после окончания которых выдается сертификат). Многие «школы»

предлагают двух-трехгодичные программы обучения, которые рассчитаны на профессионалов: поваров, сомелье, бариста [23, с. 89].

Л. Лонг поясняет, что есть краткосрочные курсы, мастер-классы (от одного дня до нескольких недель). Самые известные образовательные заведения в индустрии питания: Институт Поля Бокюза (Франция), Институт Лоренцо Медичи и Институт Микеланджело (Италия, Болонья, Франция), школа Ле Кордон Блю (Франция и 10 филиалов по всему миру), Кулинарная школа «Кухня Бертине» (Великобритания, Бат). Эногастрономический туризм совершается и с деловыми целями (изучение рынка самого гастрономического туризма, рынка виноделия, других продуктов специализации региона). Поэтому такие путешествия привлекают и людей, чей бизнес связан с приготовлением и употреблением пищи: рестораторов, дегустаторов, сомелье, владельцев винотек, ресторанных критиков и др. Эти люди отправляются в эногастрономический тур, для того чтобы повысить уровень профессиональных знаний, набраться опыта или заключить новый контракт. Эногастрономический тур как услуга – это не просто путешествие, а хорошо продуманный комплекс мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд или отдельных продуктов. Подобные туры – это специально разработанные профессионалами тематические программы. Однако далеко не все пока готовы отправиться в гастрономические туры [35]. Гастрономический туризм связан с событийным, так как событийные туры отличаются разнообразием. Событийные туры знакомят путешественников с особенностями национальной кухни посредством организации различных дегустаций местной продукции, посещения ресторанов, предлагающих блюда местной кухни и шоу программы, посещения ярмарок и возможностью приобретения товаров ручной работы мастеров. Например, «Барбекю шоу», международный кулинарный салон «Евразия», «Фестиваль русской окрошки», гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР»,

Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая», Международный туристский форум «Большой Урал» и многие другие [33].

Такие туры востребованы меньше обычных, стоят они дороже, но могут быть разработаны специально, с учетом пожеланий конкретного туриста. Несмотря на то, что в последнее время гастрономический туризм активно развивается, не каждый готов к нему. При разработке гастрономического тура используется рекреационное проектирование, как вариативное моделирование программ отдыха и обслуживающих их систем с учетом требований рекреации. Рекреационное проектирование рассматривается как функция туроператора на стадии разработки проекта тура. Эта задача, имеет для туроператора конкретный характер – разработать рекреационную программу тура. Пользуясь моделью рекреационного проектирования, можно упростить и ускорить его реализацию.

По словам И. В. Зорина и А. И. Зорина, гастрономический туризм включает рекреационную деятельность, которая направлена на расширенное воспроизводство собственных живых сил и характеризуется относительным разнообразием поведения людей. Элементарное рекреационное занятие (ЭРЗ) – это внутренне целостный, однородный, не делимый на технологические компоненты элемент рекреационной деятельности. Все разнообразие ЭРЗ в классификации представлено 67 типами рекреационной деятельности. Тип рекреационной деятельности – это однородная группировка элементарных рекреационных занятий, каждое взаимозаменяемо и альтернативно для всех других элементарных рекреационных занятий данной группы. Получается к одному ТРД относятся взаимозаменяемые ЭРЗ [13, с. 79].

В таблице 1 представлены типы рекреационной деятельности, для гастрономического туризма.

Таблица 1

Типы рекреационной деятельности гастрономического тура

Индекс ТРД	Название ТРД	Примеры ЭРЗ
1	2	3
$\beta_{12}$	Прогулка	Ходьба в щадящем режиме.
$\beta_{14}$	Общение	Беседа, разговор, обмен мнениями и т. п.
1	2	3
$\beta_{15}$	Участие в выставках	Экспонирование, презентация и т. п.
$\beta_{17}$	Шопинг	Покупки розничные, покупки оптовые, приобретение сувениров и т. п.
$\beta_{22}$	Экскурсии автобусные	Местные познавательные поездки с экскурсоводом.
$\beta_{43}$	Зрелища	Посещение ночных клубов, шоу, фестивалей.
$\beta_{44}$	Развлекательное питание	Посещение знаменитых ресторанов, кафе, баров, национальная кухня и т. п.

И. В. Зорин и А. И. Зорин утверждают, что при построении циклов рекреационной деятельности главными свойствами ТРД являются взаимообусловленность и взаимосвязанность. Именно они дают возможность сводить ТРД в новые, комбинации – циклы рекреационной деятельности. Цикл рекреационной деятельности (ЦРД) – взаимообусловленное и взаимосвязанное сочетание ТРД, которое возникает на базе ведущего ТРД. ЦРД представляет сюжетную канву будущей туристской программы, позволяет на основе поведенческих возможностей и образцов реализовать рекреационные цели, мотивации, притязания туристов с помощью выбора сочетаний ТРД как эталонов рекреационной деятельности. В отсутствие ТРД человек самостоятельно неосознанно конструирует ЦРД, отталкиваясь от собственных представлений о полезности рекреационной деятельности, привычек, цен, моды, денежных доходов и других факторов. ЦРД составляют системную структуру, отражающую свойства объекта рекреации. С их помощью можно учитывать рекреационные потребности и формулировать требования к условиям их реализации, определить технологию обслуживания [13, с. 79].

Всего с помощью оптимизации получено 17 разных ЦРД:

$\chi_1$  - водный;

$\chi_2$  - альпийский;

$\chi_3$  - альпинистский;

- χ<sub>4</sub> - оздоровительный;
- χ<sub>5</sub> - коммерческо-деловой;
- χ<sub>6</sub> - курортный;
- χ<sub>7</sub> - познавательный;
- χ<sub>8</sub> - рыболовно-охотничий;
- χ<sub>9</sub> - паломнический;
- χ<sub>10</sub> - приморский;
- χ<sub>11</sub> - приключенческий;
- χ<sub>12</sub> - развлекательный;
- χ<sub>13</sub> - спортивно-туристский;
- χ<sub>14</sub> - фестивально-конгрессный;
- χ<sub>15</sub> - экологический;
- χ<sub>16</sub> - экзотический;
- χ<sub>17</sub> - этнографический.

В таблице 2 приводятся циклы рекреационной деятельности (χ<sub>1</sub>-χ<sub>17</sub>) как комбинация типов рекреационной деятельности для гастрономического туризма. ТРД делятся на целевые (А), дополнительные (В) и сопутствующие (С) [13, с. 80].

Таблица 2

Структурная композиция циклов рекреационной деятельности  
гастрономического тура

Индекс ТРД	Название ТРД	χ <sub>4</sub>	χ <sub>5</sub>	χ <sub>7</sub>	χ <sub>12</sub>	χ <sub>14</sub>	χ <sub>15</sub>	χ <sub>16</sub>	χ <sub>17</sub>	Структура ТРД (А-В-С)
β <sub>12</sub>	Прогулка	С	-	В	А	С	С	-	-	1-1-3
β <sub>14</sub>	Общение	-	В	С	В	А	-	-	-	1-2-1
β <sub>15</sub>	Участие в выставках	-	А	С	С	В	-	-	-	1-1-2
β <sub>17</sub>	Шопинг	-	-	-	А	-	-	-	-	1-0-0
β <sub>22</sub>	Экскурсии автобусные	-	-	А	В	-	-	-	-	1-1-0
β <sub>43</sub>	Зрелища	-	-	С	А	С	-	С	-	1-0-3
β <sub>44</sub>	Развлекательное питание	С	-	В	А	С	-	В	С	1-2-3

Например, развлекательное питание будет целевым ТРД в рамках развлекательного цикла, дополнительным – в рамках познавательного и экзотического, сопутствующим – в рамках оздоровительного, фестивально-конгрессного и этнографического цикла.

Методика исследования модулей рекреационной деятельности (МРД) удобна при составлении программ отдыха для определенных групп населения применительно к конкретным условиям. В таблице 3 приводится возрастная оценка МРД (– противопоказано; + ограничено показано; ++ показано; +++ весьма рекомендуется) [13, с. 81].

Таблица 3

Возрастная оценка модулей циклов рекреационной деятельности  
гастрономического тура

Индекс	Модуль рекреационной деятельности	Первый возраст	Второй возраст	Третий возраст
7	Познавательный			
7.3	Познавательно-прогулочный	+	+++	++
7.12	Познавательно-ресторанный	-	+++	+++
7.13	Познавательно-фестивальный	+	+++	+++
12	Развлекательный			
12.2	Развлекательно-зрелищный	-	+++	++
12.3	Развлекательно-ресторанный	-	+++	++
12.12	Развлекательно-фестивальный	-	+++	++
16	Экзотический			
16.10	Экзотико-гурманский	-	+++	++

Таким образом, на основе анализа работ В. Ю. Воскресенского, Е. М. Приезжевой, Л. Лонг, Б. Шмитт, О. В. Алексеева, Н. Е. Сухановой, А. В. Бабкина, Л. И. Здановича, можно сделать вывод, что гастрономический туризм – это вид туризма, который связан с производством, ознакомлением, технологией приготовления и дегустацией национальных блюд и напитков. А также кулинарными традициями народов мира и имеет целью получение уникального незабываемого опыта. Анализ различных подходов ученых позволил проследить развитие понятия гастрономического туризма и обобщить их идеи в определение. Также мы выявили, что гастрономический

туризм связан с событийным, так как событийные туры отличаются разнообразием. В рамках гастрономического туризма в России проходит множество фестивалей, которые являются значимым событием для многих туристов. В Москве: «Праздник мороженого», «Бургер Fest», «Русская кухня», «Вкусная страна», в Санкт Петербурге: «Веган Фест», «Мир пряника», «Coffee Festival», «Полезные вкусности», «День Яблок», в Екатеринбурге: «Барбекю шоу», международный кулинарный салон «Евразия», «Фестиваль русской окрошки», гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР», Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая», Международный туристский форум «Большой Урал», «Фестиваль постной кухни», в Крыму: фестиваль рыбной кухни «Барабулька», фестиваль «Золотая гроздь винограда», «Вкус Крыма», в Челябинске: фестиваль «Tarelka», фольклорно-гастрономический фестиваль «Уральские пельмени на Николу зимнего», фестиваль народных напитков на Южном Урале, в Перми: эко гастрономический фестиваль «Бевстроганов», «Ночь вкуса», фестиваль кулинарного искусства «Пермская кухня», в Тюмени: фестиваль «Пельмени Тюмени», ежегодный гастрономический фестиваль, в Нижнем Тагиле: «Гастрономический фестиваль», который проходит на горе Белой, в Сухом Логе: «Фестиваль блинов», «Фестиваль русской кухни», в Нижней Синячихе: «Масленица». Также открываются специальные заведения, где демонстрируют приготовления продукции: сыроварни, пивоварни, в ресторанах проводят различные мастер-классы по приготовлению блюд. Гастрономия является неотъемлемой частью таких праздников как, День города, День победы, Рождество, Пасха и многие другие праздники. На основе работ И. В. Зорина выявлено, что технология разработки гастрономического тура основана на сочетании модулей рекреационной деятельности, были рассмотрены типы рекреационной деятельности, структурная композиция циклов рекреационной деятельности, где были выявлены целевые, дополнительные и сопутствующие ТРД, а также была проанализирована возрастная оценка модулей циклов рекреационной

деятельности, что позволило учесть возрастной контингент и все особенности для анимационной программы гастрономического тура.

## **1.2. Роль анимации в гастрономическом туризме**

В настоящее время трудно представить полноценный гастрономический тур без анимации, все большее внимание уделяется вопросам развлечения туристов особенно на современном этапе развития туризма. Достаточно часто сами туры становятся развлекательными, а грамотно организованная аттрактивная (аттрактивный – от лат. attraction – стягивание; притягательный, привлекательный, эффектный) составляющая тура и правильно построенная является решающим аргументом в конкурентной борьбе за туриста. Современный потребитель туристских услуг избалован обилием туристских предложений, которые рассчитаны на широкий диапазон интересов, определяемых жизненным опытом, индивидуальными особенностями, системой мировоззрения и другими факторами. Но существует нечто общее, то что объединяет потенциальных туристов – это туристская мотивация, т. е. желание совершить туристскую поездку, и определяется она, в основном, возникающими у человека рекреационными потребностями. К этому подталкивает сама жизнь: изменение уклада и стиля жизни современного человека требует периодического отрыва от индустриально-урбанистического окружения и отдыха, которое сопровождается эмоциональной разгрузкой. Подобную задачу может выполнить туристская поездка, которая будет сочетаться с правильно организованным анимационным сопровождением.

Э. Вульф полагает, что анимация может сделать отдых незабываемым, интересным и полноценным. Современный производственно-технологический уровень позволяет создать любое оснащение для анимационных программ. Термин «анимация» (от лат. anima – воздух, душа;

animatus – одушевление) появился в начале XX века во Франции, когда был принят закон о создании различных ассоциаций, и анимация трактовалась как деятельность, которая направлена на усиление и пробуждение живого интереса к художественному творчеству, культуре и означала побуждение к активности [38].

Термин «анимация» применяется в международном туризме, и появилось особое направление социально-культурной анимации – туристская анимация. Туристский терминологический словарь определяет термин «анимация» как комплекс по предоставлению и разработке специальных программ проведения свободного времени, спортивного проведения досуга и организации развлечений.

По мнению А. Д. Жаркова и В. М. Чижикова, анимация одно из направлений культурно-досуговой деятельности. Это направление имеет определенную рекреационную функцию – более полное и скорое восстановление физических и моральных сил, повышение удовлетворенности отдыхом. Под культурно-досуговой деятельностью понимается специфическая активность людей, которая проявляется ими во время досуга. Особое внимание следует обратить на то, что культурно-досуговая деятельность создается, развивается и существует в рамках общепринятой культуры страны, сообщества, народа и подразумевает позитивную ценностную ориентацию. Присущая некоторой части любого сообщества антиобщественная активность, при которой понятие отдыха не отделено от хулиганства, пьянства и т. д., нельзя рассматривать в качестве культурно-досуговой деятельности [11].

По толковому словарю В. И. Даля, можно увидеть, что досуг – это свободное, незанятое время, гулянки, а досужий человек – умеющий, способный к делу, искусный, ловкий, хороший мастер своего дела. Свободное время наши предки не считали временем для безделья, скорее, наоборот, досуг должно было употреблять для совершенствования мастерства, приобретения новых навыков и знаний. Исходя из внутренней

потребности, интересов, уровня культуры и существующих возможностей, человек во время отдыха занимается разнообразными видами деятельности: спортивно-оздоровительной деятельностью: физической культурой и занятиями спортом, использованием других видов время-препровождения, которые связаны с определенной физической активностью; занятиями, которые связаны с творчеством и искусством; любительскими занятиями на природе: рыбной ловлей, охотой, сбором ягод и грибов и др.; общением; интеллектуальной деятельностью: разгадыванием кроссвордов, чтением, и др.; различными видами развлечений: танцами, играми, зрелищами и т. д.; путешествиями и экскурсиями, которые предпринимаются для удовольствия. Определенную помощь в удовлетворении этих потребностей и интересов отдыхающих призвана оказать социально-культурная анимация. Социально-культурная анимация служит не только снятию накопившегося физического и психологического напряжения, но и способствует раскрытию способностей человека, творческого потенциала, помочь преодолеть комплексы, которые имеются у человека, обогатить его новыми навыками и знаниями и включить его в реальное действие [19].

В связи с этим анимационная деятельность отличается списком характерных черт:

- осуществляется в свободное время;
- отличается свободой выбора, активностью, добровольностью, инициативой человека и различных социальных групп;
- обусловлена национально-этическими, региональными традициями и особенностями; характеризуется многообразием видов на базе различных интересов детей, молодежи и взрослых; отличается глубокой индивидуальностью;
- носит культурологический, гуманистический, оздоровительный, развивающий и воспитательный характер.

М. Б. Биржаков считает, что туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие,

которое способствует его рекреации. Основана туристская анимация на личных контактах аниматора (менеджера туристской анимации) и туриста, на человеческой близости, совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, которые предлагаются анимационной программой туристского комплекса [9, с. 145].

А. Ю. Александрова полагает, что анимация как туристская услуга преследует цель активного продвижения туристического продукта и роста доходности туристического бизнеса за счет повышения качества обслуживания туристов и расширения количества предоставляемых услуг. Кроме этого, положительные эмоции, которые может получить турист в ходе анимационных программ, побуждают его к повторному посещению туристского комплекса (круизного теплохода, отеля и т. д.). Организация такой деятельности связана с формированием и реализацией программ развлечений (анимационных программ), которые способствовали бы эмоциональной разрядке отдыхающих, смогли бы отвлечь их от повседневных жизненных проблем, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни. При подготовке анимационных программ учитываются такие особенности туристов, как возраст, пол, национальность, а также готовность участия туристов в различных действиях [6, с. 119].

Е. М. Приезжева утверждает, что в практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ выделяют следующие важные функции туристской анимации:

- адаптационную, позволяет перейти от повседневной обстановки к досуговой, свободной;
- компенсационную, освобождает человека от психической и физической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующую, создает положительные эмоции и стимулирует психическую стабильность;

- оздоровительную, направлена на развитие и восстановление физических сил человека;
- информационную, позволяет получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
- образовательную, позволяет приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующую, приносит физическое и интеллектуальное усовершенствование;
- рекламную, дает возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы страны, региона, отеля, турфирмы, тур-комплекса.

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, а также и большую разновидность анимационных мероприятий и программ [19, с. 67].

А. В. Урядова демонстрирует основные направления анимационной деятельности, которые предлагаются туристам (анимационные программы, театрализованные представления, анимация в тематических парках, спортивная анимация, гостиничная анимация и др.) отражены в табл. 4 [21, с. 99].

Таблица 4

Основные направления анимационной деятельности

Анимационные программы	Театрализованные представления	Анимация в тематических парках	Спортивная анимация	Гостиничная анимация
Праздничные мероприятия Маскарады Карнавалы Конкурсы Фестивали Ярмарки	Народные праздники Рыцарские турниры Ролевые игры Костюмированные балы Спектакли в исторических интерьерах	Аттракционы Встречи со сказочными героями Посещение экзотических стран Встречи с героями мультфильмов Путешествия в прошлое и	Альпинизм Стрельба из лука Скалолазание Езда на велосипеде Бадминтон Посещение тренажерных залов Картинг Боулинг	Азартные игры (кази-но, игровые автоматы) Концерты Дискотеки Творческие ателье Фитнесс Бани, сауны Кафе, бары Дартс и др.

		будущее и т. д.	Водные виды спорта и др.	
--	--	-----------------	--------------------------	--

В рамках организации гастрономического туризма могут использоваться следующие виды анимационных мероприятий:

- Праздничные мероприятия
- Фестивали
- Ярмарки
- Народные праздники
- Костюмированные дегустации
- Тематические мастер-классы

Анимационные программы событийного туризма (гастрономические ярмарки, фестивали), театрализованные представления и организация развлечений выступают в качестве основной содержательной части гастрономического тура, являются целью путешествия [21].

Приведем несколько примеров театрализованных программ, которые могут входить в программу гастрономического тура в разных городах и регионах России.

Самыми распространенными театрализованными праздниками на территории нашей страны являются популярные языческие праздники, которые совмещены с праздниками православными. Например, празднование Масленицы проходит почти во всех исторических музеях и воплощается в жизнь многими туристическими фирмами, которые работают на внутренний туризм. Достаточно большой спрос на мероприятие «Прощание с зимой» в процессе театрализованного праздника Масленицы. На этот праздник стремятся попасть не только разновозрастные школьные и студенческие группы, но и приезжающие в страну туристы. Гастрономическая составляющая данного праздника является традиционное выпекание и поедание блинов, которые в разных регионах России выпекаются из различных ингредиентов с разными начинками. Празднование

Масленицы – это использование событийных факторов для привлечения в низкий сезон туристов. В настоящее время старинный русский город Ярославль претендует на проведение главной в стране Масленицы: туроператоры города предлагают недельные туры с участием в экскурсиях и театрализованных представлениях [45].

Также популярны театрализованные русские праздники Рождество, Яблочный Спас, Ивана Купалы, осенние капустники, праздник урожая и т.д., которые сопровождаются приготовлением блюд из овощей, ягод и фруктов. Эти праздники заменяют собой такие популярные у туристов, посещающих западные, а также южноамериканские страны, карнавалы. С удовольствием туристические группы участвуют и в праздновании театрализованного Нового года, Святков и многих других интересных дат.

Рождество в театрализованной форме отмечают практически все музеи России. Происходит возврат к народным традициям, в том числе и при организации и проведении интерактивных экскурсий, где гастрономической составляющей является приготовление рождественских блюд. С самого начала дети – участники попадают в сказочную игровую атмосферу. У входа в музей их встречают костюмированные участники шоу. Это могут быть как сказочный персонаж, так и одетая в народный костюм ведущая. После этого начинается театрализованное шоу, которое состоит из нескольких частей – посещение импровизированной праздничной ярмарки, знакомство с жителями деревни мастеров и т. д. Для такого праздника обязательным является знакомство участников экскурсии с вертепом – Вифлеемской пещерой с младенцем. Затем кульминация рождественского шоу – пение колядок, а также участие в небольших представлениях и рождественских гаданиях. По подобным сценариям проводятся и праздники Масленицы во многих музеях России. Турфирмы на этот праздник проводят интерактивные экскурсии с выездом за город, с играми вокруг Масленицы, с катанием на тройках с поеданием блинов, со сжиганием соломенного чучела. При

проведении таких мероприятий готовят конкурсы и игры, основываются на особенностях местного материала [45].

Устюг предлагает театрализованную программу «Великий Устюг – родина Деда Мороза». В летнее время, в период низкого туристического сезона, предлагают Праздник русского лаптя, который разработан туроператорами совместно с творческими коллективами. В программе катание на лодке, имеющей форму лаптя, плетение лаптей, разные забавы, например, в лаптях играют в футбол, поедают печенье в форме лаптей, носят воду лаптем и т. д. Кроме того, во время этого праздника дети могут встретиться с Дедом Морозом под лозунгом «Праздник Деда Мороза круглый год!».

Несколько театрализованных программ предлагает Суздаль. В туристическом комплексе «Горячие ключи», который состоит из небольших домиков – коттеджей в русском стиле, проходят рыболовные и банные туры, тематические программы: «Раз в крещенский вечерок», «Новый год в русских традициях», «Ночь на Ивана Купалу», «Широкая Масленица», фольклорный праздник «По первому снегу», «Дело разумей, а себя не жалей». Данные туры могут быть модифицированы в гастрономические с добавлением большего количества кулинарных мастер-классов, гастрономических экскурсий и посещение праздничных ярмарок, которые предлагают посетителям многообразие блюд и продуктов присущих каждому региону России [45].

В последнее время в нашей стране начал набирать популярность католический по своему происхождению праздник Всех влюбленных – День Святого Валентина. Во время его празднования, 14 февраля, туристическими фирмами страны, которые работают на въездной туризм, проводятся праздники шоколада и сладостей и театрализованные мероприятия с многочисленными сердечками в качестве подарков и сувениров. Один из лучших примеров проведения такого праздника – сочетание экскурсии с последующим веселым шуточным костюмированным представлением в

каком-либо музее. В разгар туристического потока, в летнее время, гастрономический фестиваль клубники можно объединить с обзорными экскурсиями и включить театрализованный праздник Ивана Купалы с традиционными славянскими играми и песнями на природе, с рассказами про русалок и вечерними хороводами вокруг костра. Во многих старинных русских городах проводится событийный праздник «Макушка лета» с традиционными русскими обрядами, где кулинары предлагают разнообразные блюда из свежих фруктов и ягод. Также гастрономические туры могут включать этнографические посиделки, проводимые в большом количестве различными туристическими фирмами и музеями. В уютной обстановке, с чаепитием, участники такой театрализованной экскурсии погружаются с помощью антуража, музейных экспонатов, в обстановку старины. В последнее время возрос интерес пожилых иностранцев, которые имеют корни в России, к составлению генеалогических древ своих семей. Эти туристы с удовольствием принимают участие в подобных этнографических праздниках, которые, как им кажется, возвращают их в генетическое прошлое. Такие формы событийного туризма способствуют сохранению этнокультурного наследия того или иного региона, знакомству с ним туристов из других областей и стран, а в перспективе – привлечению в регион все большего числа посетителей [36].

Что касается анимационных программ различных ресторанов и кафе, то их спектр достаточно широк, от поэтических чтений, занятий йогой, семинаров по истории искусства и кинопоказов, до кулинарных мастер-классов и дегустаций. Так анимационные программы некоторых ресторанов помимо высокой кухни предлагают гостям развлекательные анимационные программы.

В питерском ресторане русской кухни «Северянин» проводят вечера поэзии, стихи читают практически все. Сначала студенты Театральной академии, ведущие, начинают вечер со стихов поэтов, которые родились в этом месяце, за ними подхватывают гости и даже официанты. Читают

наизусть, глядя в книжку, которую можно взять в ресторане. Главное – это импровизация. Гости могут выбрать стихи любых авторов и времен, но нередко можно услышать и стихи самого Игоря Северянина и других поэтов Серебряного века.

На террасах московских Funny Cabany, «Фаренгейт» и Oli Oli устраивают кинопоказы. Выбирают классические фильмы, вроде «Развода по-итальянски» или «Римских каникул», или те, что к таким можно отнести, например, «Артист». Никакого экшена, хоррора, боевиков. Все выдержано в позитивной стилистике, не мешающей трапезе. В пространстве «Экомаркета», объединяющего в Коньково лавки фермерских продуктов и лавки национальных кухонь, показывают по пятницам документальное музыкальное кино из каталога онлайн-сервиса «Амедиатека». Фильмы о U2, Daft Punk, Джоне Ленноне и других звездах шоу-бизнеса, как познавательное сопровождение для дружеского ужина в одном из ресторанчиков фуд-корта или приятное дополнение к продуктовому шопингу [37].

Нести культуру в массы едоков рестораторы начали отнюдь не вчера. В легендарный «Яр» ездили не только на ужин, но и послушать цыганский хор. В не менее легендарном «Арагви» при восстановлении сделали особый зал «Театр». Изначально планировалось вольнодумное политическое кабаре под предводительством Эдуарда Боякова, но решили создать Aragvi Band во главе с Теоной Контридзе. Ресторан Backstage в «Крокус Сити» был задуман как полноценная концертная площадка, где могли выступать артисты крупного калибра. В ресторане «Шотландская клетка» по пятницам, гостей развлекают игрой на волынке. Парни в килтах, которые раздувают щеки смотрятся на фоне еды с брутальным охотничьим бэкграундом и будоражащих кровь напитков как родные. В «Обломове», ресторане русской кухни в одном из купеческих особняков Замоскворечья, поют романсы по четвергам. Дуэт «обломовских девушек», не только развлекает гостей душещипательными городскими балладами под гитару, но и хлопчет по хозяйству: подносит дрова для русской печи, помогает печь блины на

Масленицу, по средам угощает гостей домашними настойками. В «Обломове», который занимает двухэтажный старый особняк в Замоскворечье, с камином, заросшим деревьями двором и русской печью, со скрипучими деревянными половицами, роскошной гостиной, такой театрализованный подход выглядит естественно, сочетает обстоятельства места, времени и актерской харизмы. Рестораны берут на себя несвойственные им функции приобщения к культуре. Это связано с тем, что музыка, кино, общение с друзьями становятся виртуальными. И уж если гости собрались поужинать, то можно послушать лекцию о кабинетной бронзе или застольном этикете во время первого свидания (на занятиях академии «Турандот»), нарисовать акварель, научиться сабражу (искусство отбивать ножом горлышко бутылки игристого вина) [41].

Анимационные программы также становятся неотъемлемой частью гастрономических фестивалей, которых с каждым годом все больше проходит в России.

В конце июля проходит туристический фестиваль «Раненбургское застолье», или «Пир на весь мир» в городе Чаплыгине Липецкой области. В основе концепции фестиваля – демонстрация гостеприимства и радушия чаплыгинцев. Сельские поселения предлагают на праздник богатые столы с блюдами традиционной русской кухни. В городском парке на кострах готовят фирменные угощения по старинным рецептам. В рамках праздника проходят театрализованные шествия в традиционных костюмах бывшего Раненбургского уезда, исторических персонажей. У гостей фестиваля большой популярностью пользуются дегустации блюд русской кухни, а также выставки домашних заготовок и конкурсы поваров. Насыщена и развлекательная программа. На празднике выступают гармонисты, фольклорные коллективы, плясуны и частушечницы. Все желающие посещают «Богатырские забавы» и другие конкурсы. Гости праздника из Рязанской, Липецкой, Тамбовской, Белгородской и других областей России

привозят изделия народных промыслов. На праздничной ярмарке имеется возможность приобрести местные сувениры ручной работы [47].

Каждый год, на протяжении нескольких лет, Суздаль отмечает замечательный и неповторимый, праздник – «День Огурца». В середине июля город-музей становится основным центром стечения садоводов-любителей, славящихся особым мастерством и талантом. Это забавное торжество проводится с ярмарками и базарами, на которых умельцы из самых дальних уголков нашей страны предлагают гостям отведать сладких, соленых, свежих, маринованных, жареных и пареных огурцов. Те, кто не очень уважает этот овощ, но зато очень любит хорошо погулять, также найдут в эти дни для себя развлечения. В городе Суздале организовываются концерты на центральных площадях, сюда приезжают музыкальные, певческие ансамбли, танцевальные группы, звезды эстрады, кино и телевидения – они дают выступления, организовывают конкурсы, состязания и игры [47].

Целую неделю – в середине февраля в столице Удмуртии – городе Ижевске, проходят массовые мероприятия, в рамках фестиваля «Всемирный День пельменя». Принято считать, что родиной пельменей является Удмуртия. На фестивале интересным событием является конкурс на скорость лепки пельменей. Участники получают по 50 сочной, фарш и ложечки. Как только объявляют старт – пельменщицы начинают очень быстро лепить пельмени словно руки пускаются в пляс. В конкурсе «Контрольная закупка» оцениваются вкусовые качества пельменей. Дегустаторами являются все присутствующие на фестивале гости. У участников праздника не меньшим интересом пользуется конкурс «Знание национальных традиций». Когда завершается фестиваль в Ижевске, на центральной площади проходят народные гуляния с многолюдной ярмаркой, где можно купить и попробовать всевозможные пельмени и другие блюда удмуртской национальной кухни, а также поучаствовать в различных играх, состязаниях

и аттракционах. Очень много желающих принимать в массовых забавах. Главный приз – годовой запас пельменей 50 кг [46].

В конце января в Московской области проходит праздник «Русский холодец», в Павлово-Посадском районе, поселок Большие Дворы, музейно-выставочный комплекс «Княжий Двор». Участников и гостей этого праздника ожидает веселая интерактивная анимационная программа, различные мастер-классы, концертные выступления лучших фольклорных ансамблей Подмосковья, а также могут попробовать на вкус самые разнообразные холодцы [46].

В Июне в Кадниково проходит Сабантуй, программа включает традиционные развлекательные мероприятия и забавы, которые свойственны этому празднику. Это конные скачки, спортивные состязания, национальные подворья, праздничный концерт, и конечно же национальная кухня, где можно попробовать различные блюда [47].

Таким образом, анализ трудов Е. М. Приезжевой, О. Т. Лойко, М. Б. Биржакова, А. В. Урядовой, А. Ю. Александровой, А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова, Э. Вульф. позволяет сделать вывод, что анимационные программы, входящие в гастрономические туры, могут иметь различную направленность, которая включает традиции, уклад и особенности местной кухни. Наиболее популярными анимационными программами являются костюмированные дегустации, тематические праздники, ярмарки, гастрономические фестивали и развлекательные программы, предлагаемые ресторанами и кафе. Анимационная программа является частью многих гастрономических событийных мероприятий, в ресторанах проходят различные костюмированные мастер-классы и дегустации с музыкальным сопровождением. Анимация в гастрономическом туре является важным элементом, который может привлечь большое внимание туристов к любому виду мероприятия гастрономической направленности.

### **1.3. Возможности Екатеринбурга в развитии гастрономического туризма**

На сегодняшний день Екатеринбург по праву можно назвать туристской столицей Свердловской области, где наряду с деловым, культурно-познавательным, событийным, экологическим, спортивным туризмом развивается гастрономический туризм. В Екатеринбурге на сегодняшний день существуют все условия для создания гастрономического туризма. Это объясняется тем, что во многих ресторанах проводятся мастер-классы, а также в Екатеринбурге ежегодно проходят гастрономические событийные мероприятия.

Гости Екатеринбурга проявляют интерес к различным национальным кухням, так как Екатеринбург многонациональный город, в нем можно попробовать множество различных кухонь и в том числе местную уральскую кухню, более того открывается множество заведений, где представлены кухни мира.

Гастрономический туризм в Екатеринбурге имеет несколько направлений развития и организации анимационных программ:

1. Кулинарные мастер-классы в ресторанах и кафе города с анимационными программами;
2. Посещение гастрономических фестивалей;
3. Познавательные экскурсионные программы на пищевые производства города;
4. Дегустации алкогольных и безалкогольных напитков.

Рассмотрим каждое из перечисленных направлений.

Кулинарные мастер-классы в ресторанах и кафе города с анимационными программами становятся все более популярными среди жителей и гостей города. В ресторане «Подсолнухи» под шаманские камлания и историю чукотского народа подают джем из лесных муравьев и коктейль с кровью марала. Сет блюд из кухни северных народов под сопровождение музыкальной программы и викторин называют «бесподобным». Театрализованные дегустации с играми, лекциями и

необычной кухней в этом заведении не редкость. В репертуаре сеты «Чингисхан» (кухня кочевников-завоевателей), «Пять сказок» (блюда из старинных сказок) [39].

В ресторане «Code de Vino» проводится мастер-класс «Искусство столового этикета» представляет собой эффективную и комплексную программу, которая обучает столовому этикету. В основе мастер-класса лежит система Европейского (континентального) этикета, который принят за стандарт во всём мире. Во время обучения гостями познаются базовые и основополагающие принципы столового этикета, и в ресторане они могут сразу применять полученные знания на практике [44].

Ресторан «Троекуровъ» — двухэтажный особняк, в котором воссоздан интерьер XIX века. В нем проводятся костюмированные экскурсии об интерьере, о знаменитых посетителях и о специфическом меню. Проходят мастер-классы и дегустации по различным программам, в которые включены блюда уральской кухни [44].

В марте 2015 года открылся ресторан «Sorriso» и успел заслужить признательность среди ценителей истинной итальянской кухни. Sorriso (Соризо) означает «улыбка» – главный символ итальянской приветливости и гостеприимства. Ресторан является частью семейного бизнеса, его учредители – Маттео, Андреа, Маурицио и шеф-повар Марио, все родом из северного региона Пьемонт, поэтому в меню особое место занимают блюда и вина из этой части Италии. В Osteria bar Sorriso проводится множество мероприятий различного формата – это и концерты музыкальных коллективов, вечера региональной кухни с ужином из 7 блюд и дегустацией местных вин, и Клуб путешественников, который объединяет всех желающих узнать об Италии, далекой от популярных туристических маршрутов [44].

В кафе «Лепота» также проводятся костюмированные мастер-классы по приготовлению различных видов каши от шеф-повара Ольги Васильевой, которая наряжается в традиционный русский народный костюм. Она

рассказывает о появлении и приготовлении перловой каши, а ее помощники о быте русской семьи на Руси [44].

Кафе-пельменная «Дюжина» предлагает кулинарные мастер-классы по приготовлению уральских пельменей от шеф-повара. В которые включены викторины об уральской кухне с сопровождением русской народной музыки, рассказывают о раскрытие секретов приготовления теста и начинки для пельменей, а также обучают нескольким способам лепки пельменей [44].

Также популярный Ельцин Центр предоставляет возможность посетить множество кулинарных мастер-классов и фестивалей. 30 апреля Благотворительный кулинарный мастер-класс: творожное печенье по рецепту Наины Ельциной, который проходит в детском кафе, где будут представлены специальная экскурсия в Музей первого президента России Б.Н. Ельцина «Другая жизнь президента», посвященная супруге первого президента РФ и кулинарный мастер-класс от шеф-повара Андрея Бова. Также 1 февраля проходило грандиозное открытие ресторана домашней кухни «Барборис». 25 сентября проходило мероприятие: Школа юных кулинаров: учимся лепить пельмени, на мастер-классе по лепки пельменей присутствовали как дети, так и взрослые, им рассказывали и показывали, как можно сделать пельмени на цветном тесте и многие другие секреты приготовления.

4 декабря 2016 года в отеле Angelo проводился Рождественский бранч, в воскресный день для всей семьи, в программу мероприятия входил: праздничный стол, творческие и кулинарные мастер-классы, развлекательная программа, фото-зона с животными, сказочный спектакль для детей, сладкий сюрприз от шеф-повара, розыгрыши призов и подарков.

В 2016 году в Историческом сквере стартовал гастрономический фестиваль «О, да! Еда!». Впервые столичный фуд-фестиваль прошел в Екатеринбурге. Плотинка превратилась в огромный пикник, где было место для развлечений и музыки. Участники «О, да! Еда!» приглашали принять участие в бесплатных мастер-классах и спортивных активностях, получить

консультации по правильному питанию, вместе с инструкторами заняться йогой на открытом воздухе, научиться играть в панна футбол, вдохновиться и получить урок настоящей бразильской Капоэйры. На Плотинке была сделана большая фудзона, где лучшие шеф-повара и рестораторы Екатеринбурга готовили для горожан блюда корейской, русской, мексиканской, итальянской и вегетарианской кухонь. Любители активного отдыха и гурманы гуляли между палатками и пробовали угощения. Также для гостей фестиваля организовали различные мастер-классы и развлечения, на сцене выступали музыкальные группы города [39].

Международный фестиваль «Барбекю шоу», который будет проходить 3-4 июня. Кулинарный праздник, который стал традицией, открывающей начало гастрономического и туристического летнего сезонов на Урале. Фестиваль проходит в Центральном парка культуры и отдыха им. В. В. Маяковского на открытой площадке. Во время фестиваля состоятся чемпионат по барбекю для юниоров, чемпионат по барбекю среди любителей, международный чемпионат по барбекю среди профессионалов. Эти соревнования, кто лучше управляется с рыбой, мясом и открытым огнем, собирают большое количество зрителей, они могут полакомиться, погулять и узнать секреты приготовления уральской кухни [33, с. 29].

Гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР», в рамках фестиваля жителей и гостей города знакомят с особенностями кухонь государств, входящих в состав бывшего СССР: Россия, Украина, Казахстан, Белоруссия, Литва, Грузия, Молдавия, Эстония и др. Фестиваль проводится в ЦПКиО им. В. В. Маяковского, парк становится миниатюрной копией исчезнувшего государства, как будто возвращается в прошлое. На этом фестивале можно сделать настоящую советскую зарядку, попробовать национальные блюда разных народов, а также можно посмотреть любимые мультфильмы детства. Гостей мероприятия угощают настоящим узбекским пловом с бараниной, базиликом и барбарисом, кроме того проходит концерт музыкальных и танцевальных коллективов [46].

«Гастроном фест» прошел в Екатеринбурге 7 августа 2016 года. Аппетитный фестиваль показал жителям Екатеринбурга прелести вкусной пищи «от стейка до капкейка». Этот фестиваль для тех, кто любит готовить, и кто любит поесть. Молодые повара с собственной продукцией, семинары по питанию, кулинарные мастер-классы, кулинарная библиотека, фермерский рынок, гастрономический маркет и шведский стол были представлены на «Гастроном фесте». Центром притяжения внимания стала сцена мастер-классов от шеф-поваров ведущих ресторанов и кафе города и страны. Зураб Бакрадзе («Гуливани»), Иван Гладких (кафе «Люблю и благодарю»), Михаил Аракелов («Стейк-Хаус»), Денис Пятыгин («КоКоКо», Санкт-Петербург), Андрей Бова (кафе «1991») и Павел Дорожкин («Дом печати»), рассказывали обо всех тонкостях и хитростях приготовления самых разнообразных блюд с утра и до позднего вечера. Зрители вдохновлялись не только технологиями от шефов, но и их любовью к своему делу – повара оказались рок-звездами, которые зажигали огонь в сердцах людей (было показано незадолго до «Гастронома» в фотопроекте Александра Ежа Осипова «Повара – новые рок-звезды», приуроченного к фестивалю) [40].

Фестиваль «Намасте, Индия» проходил в августе 2016 года. Гости увидели массовые флеш-мобы, приняли участие в мастер-классах по йоге, индийскому танцу и индийской классической музыке, по рисованию, кулинарии и моде, погрузились в провокационные и глубокие спектакли театра «Эка Чакра Драма», ощутили множество новых потрясающих вкусов, которые предложил парад вегетарианских кафе. Изюминкой фестиваля стали «Шествие цветочной колесницы» – индийская вариант бразильского карнавала, прославляющий чистоту души, любовь и доброту в песнях, музыке и танцах [40].

Еще одно не менее интересное мероприятие Международный кулинарный салон «Евразия» проходил 6-8 сентября 2016 года. Его уникальность заключается в том, что в столицу Урала приезжают лучшие кулинары России и стран ближнего зарубежья для обсуждения задач по

перспективам развития сферы питания. В программе мероприятия различные мастер-классы от шеф-поваров, тренинги, семинары, чемпионат по кулинарному искусству [33. с, 56].

В середине лета прошел Фестиваль окрошки в Екатеринбурге. Всех желающих угощали традиционным русским блюдом, а само действо назвали «Фестиваль окрошки». На этом фестивале рассказывают и показывают сколько существует рецептов окрошки, дают попробовать традиционные варианты этого блюда. Для поклонников окрошки проводят конкурсы, дегустации и дарят подарки от партнеров фестиваля. В 2014 году повара приготовили окрошку на 5000 человек [40].

Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая». Проект с элементами гастрономического туризма объединяет более 150 участников из России, Белоруссии, Украины, Молдавии, Израиля, Греции. Среди участников более половины – это представители монастырей, подворий, духовных издательств, образовательных центров Русской Православной Церкви. Своеобразное паломничество по святым местам смогут совершить посетители выставки-ярмарки «Русь крещеная, Святая». На православный проект будут привезены почитаемые иконы. Среди экспонатов выставки – изделия народных промыслов, продукты и товары для здоровья; мед и сопутствующая продукция, халва, камчатская рыба, белорусские деликатесы, королевские маслины и оливки, оливковое масло из Греции. Помимо экспозиции посетителей выставки ожидает интересная культурно-просветительская программа. Будут проходить концерты творческих коллективов, показы кинофильмов, экскурсии, индивидуальные беседы с батюшками [39].

Международный туристский форум «Большой Урал», который проходил 7-8 апреля 2017 года. Целью форума является развитие и возможности продвижения внутреннего и въездного туризма. Обсуждаются проекты развития туристического сектора с учетом экономической и политической ситуации в мире, развитие минералогического, событийного,

детского и гастрономического туризма. В рамках Форума запланирована деловая и культурная программа, проходят конференции, мастер-классы и дегустации, круглые столы с участием представителей федеральных и региональных органов власти в сфере туризма и профессионалов туристической индустрии, сферы гостеприимства и образования [47].

Фестиваль постной кухни состоялся 1 апреля 2017 года, в фестивале принимали участие монастыри и храмы Екатеринбурга и Свердловской области, кафе, рестораны, учебные заведения, в которых готовят специалистов сферы обслуживания и общественного питания, а также частные лица, увлекающиеся кулинарией, которые наглядно демонстрировали, что постная пища – это не только полезно, но и вкусно, а из продуктов, разрешенных в Великий пост, можно приготовить огромное разнообразие блюд [39].

Что касается посещения пищевых производств, то здесь можно выделить несколько экскурсий, которые могут быть включены в программу гастрономического тура. Экскурсия на предприятие «Девять островов». «Девять островов» – это лидер кондитерского рынка на территории Екатеринбурга и Свердловской области. Более 100 позиций продукции насчитывает ассортимент компании. «Девять островов» работает, чтобы удовлетворять самые взыскательные вкусы покупателей, дарят им атмосферу восторга, праздника и радости. Готовятся торты из натуральных ингредиентов – свежих ягод и фруктов, цельных сливок, отборной миндальной и пшеничной муки, легкого творога и желе. С разнообразными начинками из различных сладких основ [41].

Особое место в развитии гастрономического туризма в Екатеринбурге можно выделить ресторану FRATELLI SPIRINI с собственным производством сыра и вина. Ресторан FRATELLI SPIRINI – проект, над которым трудились собственники более двух лет. Результат превзошел все ожидания – итальянский ресторан с аутентичной кухней и собственным уникальным для Екатеринбурга моцарелла – баром, где можно отведать

подлинный вкус домашней моцареллы. В нем воссоздана атмосфера Италии, этот ресторан придется по душе ценителям солнечной кухни Средиземноморья. Меню ресторана включает в себя традиционные итальянские блюда, и настоящие гастрономические открытия. Каждый регион Италии имеет свои особенности в приготовлении блюд, и команда ресторана Fratelli адаптирует национальные рецепты для посетителей. Они стремятся найти уникальные предложения и раскрыть новую, неизведанную кухню Италии. Уникальность ресторана в том, что он имеет собственное производство сыра и вина, над совершенством которого трудились итальянские и российские специалисты. Результатом этой работы стали непревзойденные по своим качествам сыры моцарелла, рикотта и буррата. Специально для гостей ресторана разработаны несколько видов моцареллы с добавлением ароматных трав – розмарина, шафрана и других. Настоящей жемчужиной коллекции сыров является новый вид буррата, который вызывает полный восторг итальянских партнеров. Ресторан FRATELLI SPIRINI производит биологическое вино в итальянском городке Монтефалько, подбирая уникальные винные линейки. В ресторане представлено красное сухое умбрийское вино ограниченной серии из трех сортов винограда – Совиньон, Мерло и Санджовезе с тонким и изысканным вкусом [44].

Дегустации, которые проводятся в рамках анимационных программ ресторанов Екатеринбурга являются важным фактором в развитии гастрономического туризма. В Екатеринбурге проводятся экскурсии на пивоварню «Патра». Экскурсии проходят каждую субботу. До конца года запланировано проведение 120 экскурсий. Основная задача проекта – способствовать развитию культуры потребления пива и познакомить жителей с историей пивоварения. Экскурсантам рассказывают о мировой истории пивоварения, и о том, как развивалось пивоварение на Урале, демонстрируя все этапы производства. Экскурсовод делится

гастрономическими тонкостями сочетания пива с разнообразными блюдами [41].

Также в Екатеринбурге имеется еще одна не мало известная пивоварня «Eliseeff», в которой производится премиальное пиво. Выверенные временем традиции пивоварения, которые исполнены на высоком техническом уровне. Цикл варки и естественного брожения составляет 21 день, в отличие от многих частных производств. Пенный напиток варят без применения консервантов, стабилизаторов и усилителей вкуса. Пиво «Eliseeff» представлено 4 классическими сортами: лагер нефильтрованный, лагер фильтрованный, вайцен и дарк. В состав пива входят: солод, хмель и дрожжи.

Энотека «Code de Vino» основана командой единомышленников в 2014 году. Основатели энотеки увлечены вином, и хотят разделить эту страсть с гостями. Энотека – это новый формат для Екатеринбурга, в котором сочетается винный магазин с уникальным выбором и небольшой ресторан с авторской кухней. В энотеке не просто купить пару бутылок домой, но и при желании выпить их в сопровождении уникальной для Екатеринбурга кухни. Проводить дегустации игристых вин стало доброй традицией энотеки. Дегустации посвящены набирающей популярность категории игристых вин с нулевым дозажем Франции, Италии, Австралии и других стран [44].

В винотеке «Багратион» можно найти бутылочку чудесного вина со своей историей и неповторимым вкусом, а также узнать что-то новое. Каждую субботу проводятся винные дегустации с сомелье, а по воскресеньям – кулинарные мастер-классы под руководством шеф-повара. Разрабатывается программа винных курсов, которые помогают получать полное представление о мире вина, узнавать специфику и особенности разных стран и сортов винограда, историю происхождения вина [41].

Таким образом анализ мероприятий, проходящих в Екатеринбурге позволяет сделать вывод, что гастрономический туризм привлекательное направление и пользуется популярностью у туристов особенно с анимационной программой. Они могут «попробовать на вкус» культурные

традиции региона. Гастрономические мероприятия могут быть востребованы в любое время года. В Екатеринбурге зарекомендовали себя многие событийные гастрономические мероприятия, которые привлекают внимание своей необычностью и не могут остаться незамеченными: «Барбекю шоу», международный кулинарный салон «Евразия», «Фестиваль русской окрошки», гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР», Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая», Международный туристский форум «Большой Урал», «Фестиваль постной кухни», Фестиваль «Намасте, Индия», «Гастроном фест». Также в большинстве из заведений проводятся различные костюмированные мастер-классы, дегустации с сопровождением музыки, викторины и многие другие анимационные программы: кафе-пельменная «Дюжина», кафе «Лепота», ресторан «Троекуровъ», ресторан «FRATELLI SPIRINI», ресторан «Sorriso», пивоварня «Eliseeff», также президентский центр «Бориса Ельцина» в своих кафе и ресторанах предлагает многообразие анимационных программ, мастер-классов и дегустаций, в этом списке и многие другие заведения Екатеринбурга, все это позволяет сделать вывод о перспективности развития гастрономического туризма в Екатеринбурге.

## **ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА ПО ЕКАТЕРИНБУРГУ**

### **2.1. Маркетинговое исследование актуальности проектирования анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу**

Проектирование гастрономического тура невозможно без проведения маркетингового исследования. Анализ рынка гастрономических туров в г. Екатеринбурге был проведен по следующим параметрам:

1. Анализ турфирм, предлагающих гастрономические туры в г. Екатеринбурге и их доли рынка.
2. Анализ предложений по гастрономическим турам в г. Екатеринбурге и их доли рынка.
3. Анализ цен по гастрономическим турам в г. Екатеринбурге.

Анализ турфирм, предлагающих гастрономические туры в г. Екатеринбурге и их доли рынка показал, что на рынке города 2 турфирмы, предлагающих гастрономические туры в Екатеринбурге, которые входят в предложения по групповому и VIP туризму.

В таблице 5 представлен обзор предложений турфирм на гастрономические туры в г. Екатеринбурге.

Таблица 5

Обзор предложений турфирм на гастрономические туры в г. Екатеринбурге

Турфирма	Название тура	Продолжительность	Стоимость, руб./ 1 человек
«Едем вместе»	«Дегустационный тур по ресторанам Екатеринбурга»	4 часа	от 1900
«Glook»	Кулинарный мастер-класс с чаепитием	1,5 часа	от 800

Обзор показал, что на рынке города практически нет предложений по гастрономическим турам в Екатеринбурге. Так основными предложениями являются дегустационный тур по ресторанам и кулинарный мастер-класс.

Гастрономический тур от турфирмы «Едем вместе» называется «Дегустационный тур по ресторанам Екатеринбурга». Турфирма предлагает побывать в незабываемом гастрономическом путешествии – тур по ресторанам и кафе Екатеринбурга. В программу этого тура входит посещение трех ресторанов с дегустацией блюд, а кроме того увлекательный рассказ про историю их появления. Ресторан «La Manche», это заведение рыбной кухни (европейская: французская, русская, английская). Меню: теплый салат с морепродуктами «La Manche» (320 гр.), филе нельмы-гриль с картофелем (290 гр.), тыквенный суп-крем с креветкой и беконом (300 гр.), томленные

мидии в вине с луком шалот (300 гр.), «Нисуаз» салат (250 гр.), английский суп с ростбифом и фасолью (300 гр.). Ресторан «Веселый мадьяр», это заведение венгерской кухни. Меню: гуляш в котелке (500 гр.), венгерская закуска (300 гр.), куриная печень хуторская (320 гр.), десерт шомлои галушка, вино (0,75 мл). Ресторан «Сербский дворик», это заведение сербской кухни. Меню: микс-гриль (мясо 660гр.; соус и овощи 400 гр.), плескавица гурмана (370 гр.), пончики мясные по-сербски (370 гр.), чевати (370 гр.), настойка на травах (100 мл). В стоимость входит: дегустация блюд по меню (в каждом ресторане 2 блюда на выбор), трансфер от ресторана к ресторану.

В кулинарный мастер-класс от компании «Glook» входит приготовление и украшение пирогов, а также чаепитие. Это предложение подходит для всех возрастов как самостоятельное мероприятие, так и дополнение к экскурсиям по Екатеринбургу. В программу входит: мастер-класс по приготовлению пирогов двух видов – сладкого и сытного, знакомство участников с традицией, угощение – чай брусничный, морс клюквенный, сбитень на алтайских травах и меде, пироги, наливки. Каждый участник может забрать с собой упакованный пирог в красивой обертке, который сделан своими руками.

Екатеринбург имеет потенциал для развития гастрономического туризма. Ведь на Урале живут разные народности со своей национальной кухней, а также есть своя неповторимая национальная кухня, свои традиции гостеприимства, которые должны развиваться. Итак, можно сделать вывод, что рынок гастрономических туров в г. Екатеринбурге только начинает формироваться. В ассортимент туров выходного дня могли бы входить: экскурсии с дегустацией напитков, сыра, шоколада, кондитерских изделий, выпечки и блюд национальных кухонь.

Для исследования потребительских предпочтений в гастрономическом туре был проведен опрос среди потребителей индивидуальных туров (50 человек), которое проводилось с января по апрель 2017 года.

Анкета исследования представлена в приложении 1. Далее представлен анализ результатов анкетирования. В анкете было представлено 15 вопросов. В анкетировании приняло участие 50 человек, из них 15 мужчин и 35 женщин. Основная деятельность респондентов 15 студентов, 20 работающих и 15 пенсионеров. Интенсивность отдыха опрошенных варьируется у 65% респондентов 3-4 раза в год и 35% отдыхают более 4-х раз в год, из чего можно сделать вывод о регулярном обновлении предложений по турам.

На рис. 1 представлены ответы респондентов об их спутниках в путешествиях. Так, 30% опрошенных путешествуют с супругом/супругой и 25% с детьми, что позволяет сделать вывод о необходимости учета семейного фактора при разработке тура, но при этом 20% респондентов предпочитают отдыхать одни, что также требуется учитывать.

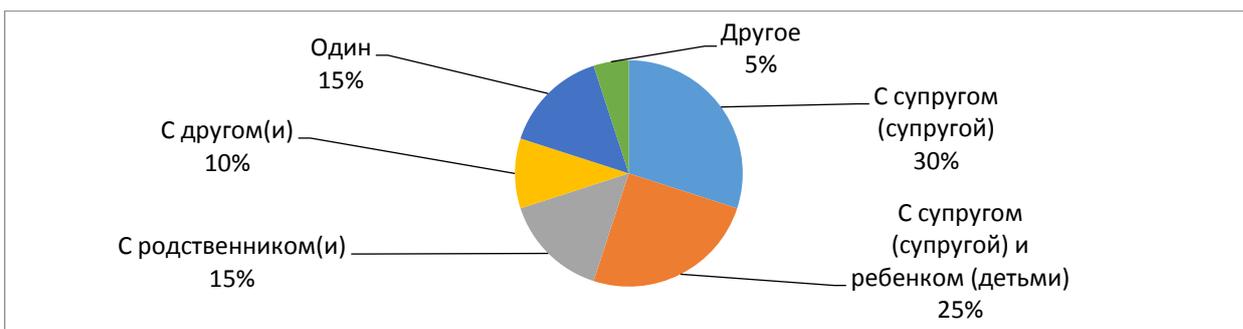


Рис. 1. Спутники респондентов в путешествиях

Данные рис. 2 показывают, что 35% опрошенных предпочитают экскурсионный туризм и 25% спортивный туризм, но при этом 30% в общей сложности респондентов любят образовательный и гастрономический туризм. Эти предпочтения должны быть учтены при разработке гастрономического тура, который по возможности должен объединять все указанные предпочтения, но ориентироваться на свою целевую аудиторию.

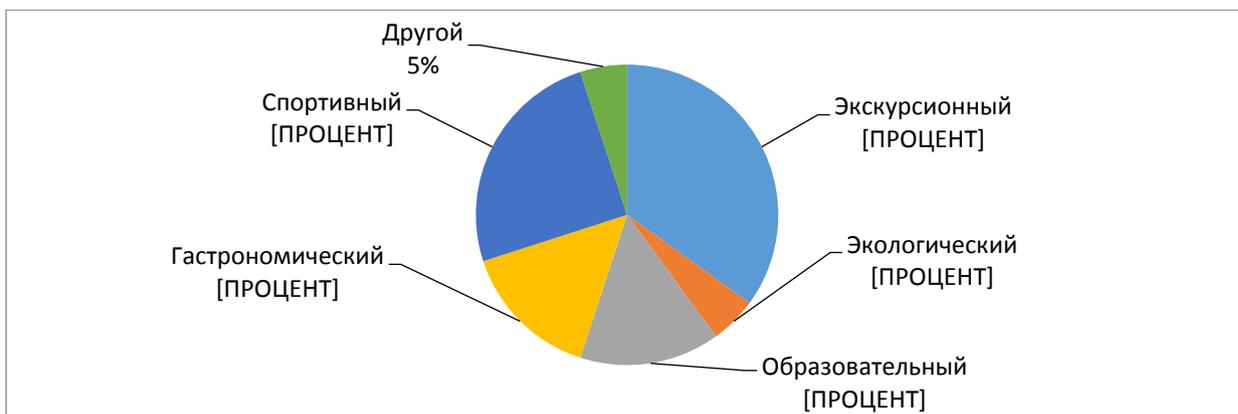


Рис. 2. Предпочтения респондентов по виду туризма в Екатеринбурге

На рис. 3 представлены различные элементы отдыха для респондентов по степени важности. Для 70% опрошенных экскурсии являются важными составляющими элементом отдыха, но 65% отметили важность анимационной программы и хорошей компании единомышленников. При этом стоит отметить, что по 55% респондентов отметили важность условий питания, проживания и свободного времени.



Рис. 3. Важность различных элементов отдыха для респондентов

На рис. 4 представлены ответы респондентов о желании посетить анимационную программу гастрономического тура по Екатеринбургу, то 65% опрошенных ответили положительно, 25% отрицательно и 10% затруднились с ответом. Из этого можно сделать вывод, что создание тура для 10-15 человек может быть востребовано.

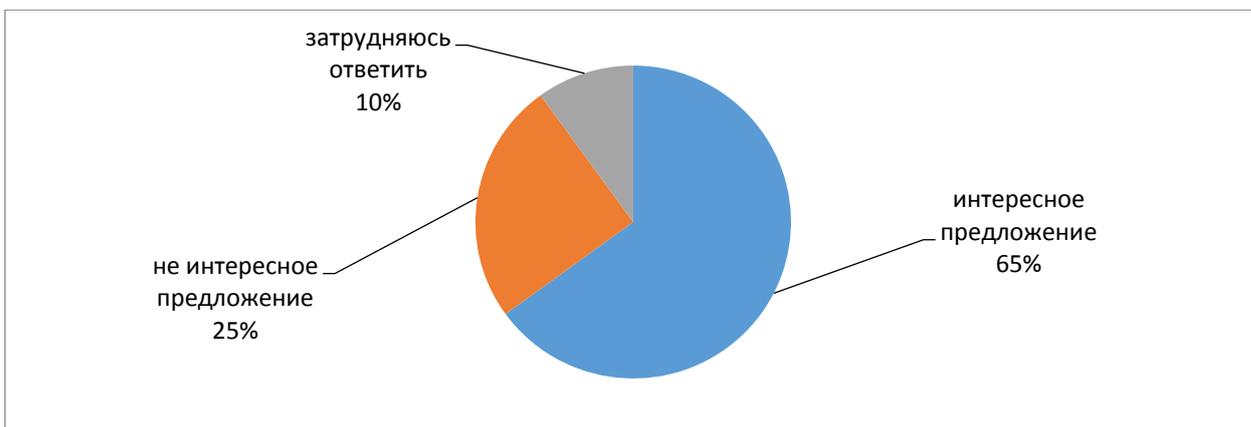


Рис. 4. Желание респондентов посетить анимационную программу гастрономического тура по Екатеринбургу

На рис. 5 представлены предпочтения респондентов по типу тура. Так, 55% предпочитают индивидуальный тур, 20% групповой и 25% смешанный, что позволяет сделать вывод о возможности разработки мини группового тура для людей с одинаковым социальным статусом и областью интересов.

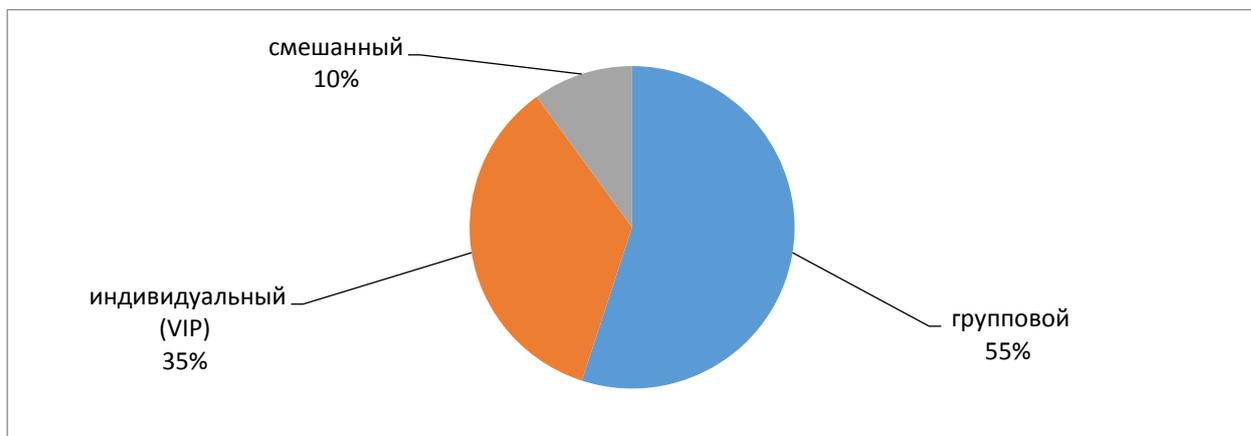


Рис. 5. Предпочтения респондентов по типу тура

Важными элементами гастрономического тура по мнению респондентов в 15% являются культурно-познавательные экскурсии, 45% отметили дегустации вина / блюд, 25% считают, что должны присутствовать кулинарные встречи с известными шеф-поварами, 20% – мастер-классы по приготовлению блюд, 10% предпочли бы посещение фабрик, заводов и цехов, для 10% важны развлекательные мероприятия.

На рис. 6 представлены факторы привлекательности для респондентов участия в анимационной программе гастрономического тура. Так, для 30% опрошенных важен интересный отдых с возможностью познания чего-то нового и для 25% важна необычность. Также 15% опрошенных не против возможности научиться готовить национальные блюда, что связано с модой на кулинарию и желанием удивить друзей и знакомых.

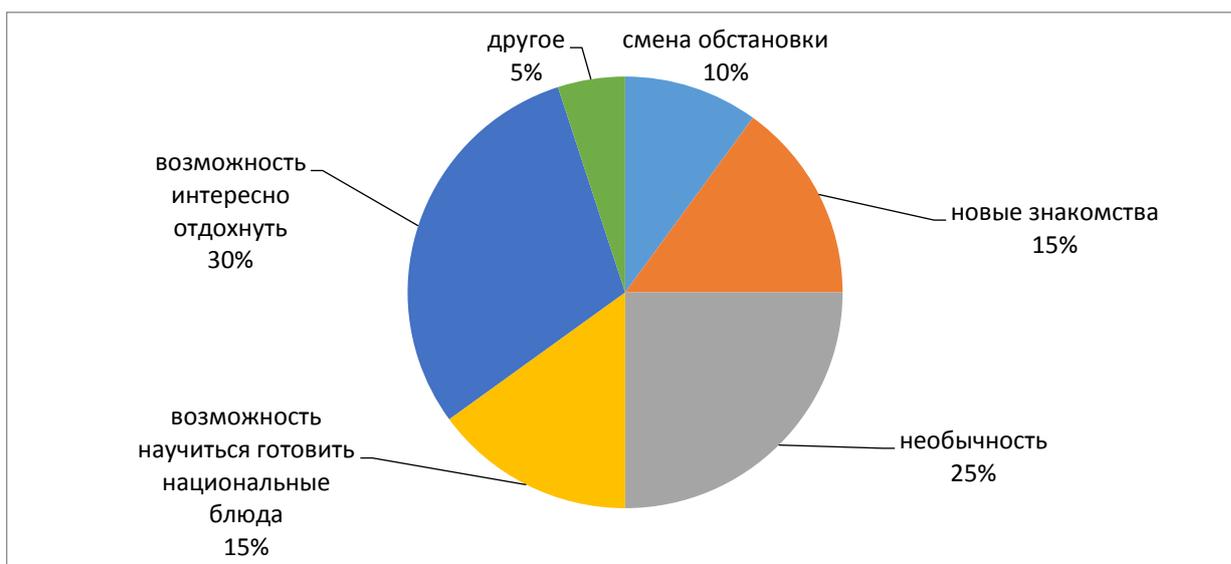


Рис. 6. Факторы привлекательности респондентов для участия в анимационной программе гастрономического тура

На рис. 7 представлено желание респондентов научиться приготовлению какого-либо национального блюда. Данные рис. 7 показывают, что 65% опрошенных хотели бы научиться приготовлению какого-либо национального блюда, 25% ответили отрицательно и оставшиеся 10% затруднились с ответом. Из этого можно сделать вывод, что респонденты заинтересованы в мастер-классах по приготовлению блюд.

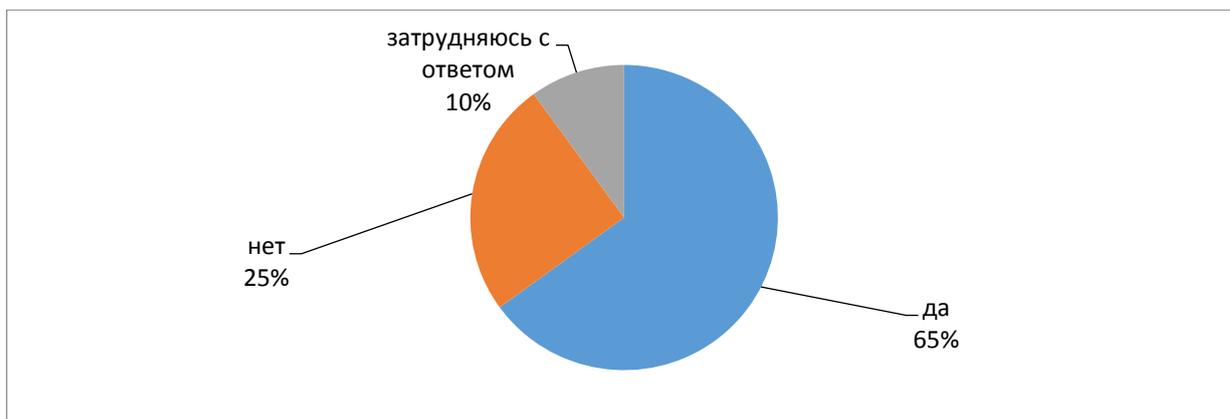


Рис. 7. Желание научиться приготовлению национального блюда

75% респондентов готовы потратить от 8 000 – 10 000 руб., что является показателем достаточно большой ресурсной базы для разработки тура. Предпочитаемая звездность отеля в течении тура у 85% – 3 звезды, что позволяет сделать вывод, что туристам не принципиально жить в роскоши.

На рис. 8 представлены ответы респондентов на вопрос «Какие анимационные программы вы бы хотели включить в гастрономический тур?» Данные рис. 8 показывают, что участники опроса предпочли бы костюмированные дегустации 53% и викторины 25%, которые могут быть включены в гастрономический тур.

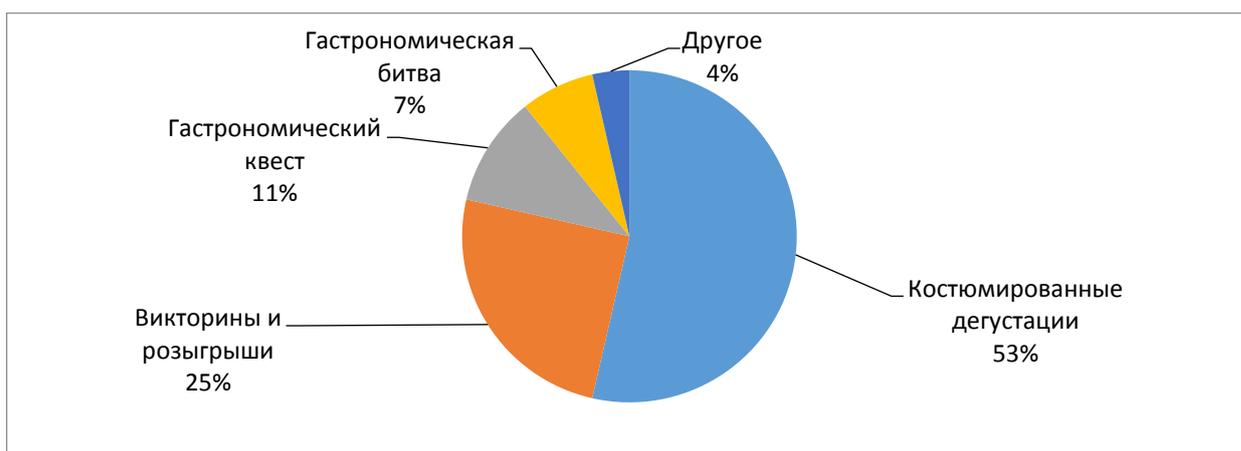


Рис. 8. Предпочтения респондентов по анимационной программе в гастрономическом туре

В рамках маркетингового исследования были проанализированы турфирмы «Едем вместе» и «Glook», предлагающие гастрономические туры,

а также проанализированы потенциальные потребители и был сделан SWOT-анализ, выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития гастрономического тура. Можно сделать вывод, что у респондентов есть интерес к анимационной программе гастрономического тура по Екатеринбургу.

В таблице 6 представлен SWOT-анализ анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.

Таблица 6

**SWOT-анализ анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уникальность тура</li> <li>– Широкий диапазон целевой аудитории</li> <li>– Возможность включения тура в различные туристские программы</li> <li>– Возможность проведения тура в любое время года</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ограниченный список ресторанов - партнеров в случае необходимости замены в программе</li> <li>– Высокие издержки</li> </ul>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы/риски</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Увеличение количества групп</li> <li>– Создание партнерской программы между ресторанами</li> <li>– Создание узкотематических гастрономических программ (уральские пельмени, уральская каша)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Недобор групп</li> <li>– Отказ от участия ресторанов-партнеров</li> <li>– Повышение стоимости блюд у ресторанов партнеров</li> <li>– Снижение спроса</li> <li>– Появление конкурентных туристских программ</li> </ul>

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Важным элементом отдыха для туристов является хорошая компания единомышленников и возможность посетить места, которые они хотят.
2. 65% туристов хотели бы принять участие в анимационной программе гастрономического тура по Екатеринбургу.
3. Важными элементами в анимационной программе гастрономического тура являются костюмированные культурно-познавательные экскурсии, дегустации вина / блюд с сопровождением музыки, кулинарные встречи с

известными шеф-поварами, костюмированные мастер-классы по приготовлению блюд, посещение фабрик, заводов и цехов.

4. Важны анимационные программы и интересный отдых с возможностью познания чего-то нового и его необычность, например, в виде обучения приготовлению национальных блюд, что связано с модой на кулинарию и желанием удивить друзей и знакомых.
5. Туристы готовы потратить от 8 000 до 10 000 руб. на гастрономический тур с анимационной программой, с проживанием в 3-х звездочном отеле.

## **2.2. Содержание анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу**

Кухня и кулинарные традиции Екатеринбурга – это прежде всего культура, празднество и творчество. С точки зрения кулинарии, такое существенное изобилие имеет место благодаря уважению и воплощению традиционных национальных блюд, разрабатываемых шеф-поварами с высокой креативностью и профессионализмом.

На основании проведенного маркетингового исследования была разработана анимационная программа гастрономического тура выходного дня «Вкусный Екатеринбург». Анимационная программа гастрономического тура рассчитана на клиентов со средним уровнем доходов, которые предпочитают образовательный и познавательный отдых с друзьями. Такие туристы привыкли отдыхать интересно и имеют стремление к познанию нового, в том числе и изучение гастрономических особенностей на территории путешествия, а также участие в анимационных программах гастрономического тура.

Анимационная программа гастрономического тура по Екатеринбургу «Вкусный Екатеринбург» позволит оценить разнообразие и прелесть необыкновенного вкуса самобытной уральской кухни, познакомиться с гастрономическими региональными продуктами (сырами, пивом), а также

посетить заведения с собственным приготовлением напитков и блюд европейской кухни, с запоминающейся анимационной программой, которая создаст позитивное настроение и оставит яркие эмоциональные впечатления от музыки, дегустаций, мастер-классов, конкурсов, викторин и костюмированных экскурсий.

Нами была рассмотрена характеристика продукта «Анимационная программа гастрономического тура» и представлена в таблице 7.

Таблица 7

**Характеристика продукта анимационной программы  
гастрономического тура**

<b>Характеристика</b>	<b>Преимущества</b>	<b>Выгода</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– организация анимационной программы в организации гастрономического тура;</li> <li>– проект включает в себя костюмированные мастер-классы, викторины и экскурсии для туристов во время гастрономического тура.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддержание интереса туристов к туристическим ресурсам Екатеринбурга;</li> <li>– создание благоприятной атмосферы;</li> <li>– повышение сервиса обслуживания.</li> </ul>	<p><u>Для туроператора:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– повышение уровня дальнейшего спроса на тур по Екатеринбургу;</li> <li>– развитие разнообразия в предоставляемых услугах.</li> </ul> <p><u>Для гостей:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– возможность пообщаться, попробовать новые блюда, научиться готовить, развлечься, отдохнуть.</li> </ul>

Учитывая географическое положение, ландшафтную привлекательность, благоприятные климатические и природные условия и историко-культурный потенциал наиболее подходящим местом для реализации программы является Екатеринбург, как город с большим количеством ресторанов, кафе, гостиниц и исторических объектов.

Технологическая карта анимационной программы гастрономического тура выходного дня «Вкусный Екатеринбург».

По маршруту: Екатеринбург (кафе «Лепота», пивоварня «Eliseeff», кафе-пельменная «Дюжина», Ельцин Центр, кафе-бар «Хитровка», ресторан «Троекуровъ», сыроварня «Fratelli Spirini»).

Основные показатели маршрута:

Вид маршрута: кольцевой.

Категория сложности: А

Протяженность маршрута всего (км): 30 км.

Продолжительность путешествия (сут.): 2 дня / 1 ночь

Число туристических групп за месяц: 4

Число туристов в группе: 13

Всего туристов на маршруте за месяц: 52

Начало обслуживания на маршруте первой группы: 07.01

В таблице 8 представлен график заездов анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу.

Таблица 8

График заездов анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу

Месяц	Число туристов в месяц	График заезда туристических групп по месяцам	Число групп в месяц
01	52	7,8; 14,15; 21,22; 28,29	4
02	52	4,5; 11,12; 18,19; 25,26	4
03	52	4,5; 11,12; 18,19; 25,26	4
04	52	8,9; 15,16; 22,23; 29,30	4
05	52	6,7; 13,14; 20,21; 27,28	4
06	52	3,4; 10,11; 17,18; 24,25	4
07	52	8,9; 15,16; 22,23; 29,30	4
08	52	5,6; 12,13; 19,20; 26,27	4
09	52	2,3; 9,10; 16,17; 23,24	4
10	52	7,8; 14,15; 21,22; 28,29	4
11	52	4,5; 11,12; 18,19; 25,26	4
12	52	2,3; 9,10; 16,17; 23,24	4

Ограничения правилами и нормами необходимы для создания управляемой системы автобусной экскурсии, обеспечения его безопасности и эффективной деятельности.

При организации анимации во время автобусной экскурсии были изучены следующие нормативные и правовые положения:

- ФЗ РФ от 8 ноября 2007 г. N 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта»;

- ФЗ РФ от 9 февраля 2007 г. N 16-ФЗ «О транспортной безопасности»;
- ФЗ РФ 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»;
- Приказ Минтранса РСФСР от 31 декабря 1981 г. N 200 «Об утверждении правил организации пассажирских перевозок на автомобильном транспорте»;
- Организационно-правовые документы гостиницы и турфирмы;
- Правила дорожного движения.

Сопровождающим в анимационной программе гастрономического тура является представитель турфирмы (экскурсовод). Этот человек профессионально сопровождает частных лиц или группы людей в туристических поездках; предоставляет значительную информацию и туристические сведения в местах транзитного проезда.

Сопровождают группу три человека: экскурсовод, водитель и аниматор. Работники при исполнении служебных обязанностей должны быть опрятно одеты и содержать в чистоте и порядке свое рабочее место. Автобус рассчитан на 10-15 человек. Путешествие проходит на комфортабельном туристическом автобусе. В автобусе есть кондиционер, телевизор. У каждого мягкого сидения есть подлокотники, ремни безопасности, спинка отклоняется. Автобус арендуется в транспортной компании. Далее рассмотрим следующие требования, необходимые для исправного технического состояния транспортного экскурсионного обслуживания: регулярные техосмотры; техническое состояние автобусов, работающих на маршрутах, должно отвечать правилам дорожного движения, правилам технической эксплуатации подвижного состава автомобильного транспорта и инструкциям заводов-изготовителей; обеспечение безопасности движения; расчет необходимого количества автобусов; квалифицированный персонал; согласованные маршруты; качественный сервис на борту; дизайн и брендинг автобусов; возможность безопасной и комфортной высадки-посадки; диспетчеризация; навигация. Маршрут строится в зависимости от

наиболее правильной для данной программы последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности туристов. Карта-схема маршрута анимационной программы гастрономического тура представлена в приложении 2.

В приложении 3 представлена технологическая карта анимационной программы гастрономического тура «Вкусный Екатеринбург», которая включает: населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него. Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения. Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п., а также перевозка туристов и другие услуги.

Особенность нашей анимационной программы «Вкусный Екатеринбург» в том, что она не привязана к одному заведению, а носит пролонгированный характер и рассчитана на два дня, в рамках этой программы у туристов есть возможность познакомиться с разными элементами анимации: костюмированные мастер-классы, костюмированные экскурсии, дегустации с музыкальным сопровождением, различные викторины и конкурсы, которые позволяют туристам из пассивных наблюдателей стать активными участниками программы, получить навыки приготовления того или иного блюда, расширить познания в гастрономии, познакомиться с профессией дегустатора.

В первый день нашей программы мы посещаем кафе «Лепота» с анимационной программой «Нет пищи краше, чем перловая каша», представлена в приложении 4, в которую включены костюмированный мастер-класс и экскурсия, дегустация каши с музыкальным сопровождением, а также конкурс «Продолжи пословицы», и конкурс «Угадай крупу». А во время переезда на автобусе аниматор проведет викторину «Кулинар» (приложение 5).

Посещение уральской пивоварни «Eliseeff» даст возможность увидеть не только процесс изготовления пива, но и продегустировать данный напиток с музыкальным сопровождением, а также получить навыки по дегустации пива.

Трудно представить уральскую кухню без уральских пельменей, в кафе-пельменной «Дюжина» туристы узнают от аниматора историю пельменей, их знакомят с разными вариантами приготовления теста и начинки для пельменей, после чего туристов обучают нескольким способам лепки пельменей. Далее проведут конкурс на время «Кто быстрее слепит 10 пельменей».

В рамках анимационной программы гастрономического тура у туристов будет возможность познакомиться в музее Ельцин Центр с рестораном «Барборис», в котором расскажут о предпочтениях в еде Бориса Николаевича Ельцина, о меню ресторана, а также пройдет дегустация слоеных пирожков от Наины Иосифовны с сопровождением ее любимой классической музыки.

Завершается первый день анимационной программы заездом в кафе-бар «Хитровка», он позволит окунуться в хулиганскую Москву XIX-XX веков и продегустировать уральские настойки и пироги с сопровождением русской народной музыки.

В продолжении нашей анимационной программы гастрономического тура у туристов есть возможность в ресторане «Троекуровъ» посетить костюмированную экскурсию по ресторану, поучаствовать в мастер-классе по приготовлению пельменей из мурманского королевского краба и по приготовлению Новоалексеевского фазана на дранике, после чего туристы продегустируют варенье из сосновых шишек, а после этого пройдет викторина «История русской кухни» (приложение 6).

Заканчивается наша анимационная программа гастрономического тура в ресторане «Fratelli Spirini», где туристам расскажут о винах и проведут дегустацию, после чего будет предложен конкурс на знание вин. Далее мы

посетим сыроварню и туристам представится возможность научиться основам сыроварения и поучаствовать в этом процессе облачившись в фартуки и перчатки, а также продегустировать сыры. После чего пройдет викторина «Итальянские сыры» (приложение 7).

Далее представлена характеристика посещаемых объектов по времени.

День первый

10:15-12:00 – в приложении 4 представлена анимационная программа в кафе «Лепота» под названием «Нет пищи краше, чем перловая каша», в которую включен костюмированный мастер-класс приготовления перловой каши от шеф-повара кафе «Лепота» включает в себя рассказ шеф – повара ресторана Ольги Васильевой, одетой в традиционный русский народный костюм о появлении и приготовлении перловой каши, а также расскажут о быте русской семьи на Руси. Перловая крупа – это ячмень, обработанный по-разному, поэтому перловка бывает крупной или мелкой (голландка). В древности коренным злаком Закамья была полба, а когда она стала исчезать, ее место постепенно занял ячмень. Он вместе с полбой вошел в состав основного пищевого сырья народов Урала и Предуралья. Но время многое изменило: Урал стал производителем пшеницы, ячмень был сильно потеснен, как в поле, так и на кухне. В результате навыки обработки полбы и ячменя как пищевого продукта постепенно исчезли, забылись, и перловка стала самой нелюбимой крупой, место которой лишь частично осталось только в супах в виде незначительных добавок. Во время дегустации каши в помещении звучит русская народная музыка. Также в рамках анимационной программы будет проведен конкурс «Продолжи пословицы», и конкурс «Угадай крупу». Во время переезда на автобусе аниматор проведет викторину на знание различных кухонь мира и вручит памятные подарки (приложение 5).

12:30-14:00 – экскурсия на действующую уральскую пивоварню «Eliseeff», которая известна далеко за пределами своего региона, интересна для широкой целевой аудитории: жителей Екатеринбурга, туристов из других

городов России, корпоративных клиентов, иностранцев, частных лиц. Экскурсия проводится в период варки, поэтому можно проследить за трудоемким и сложным процессом пивоварения, а также узнать о составляющих ингредиентах и продегустировать. Вовремя варки пенного напитка в цехе звучит джазовая музыка. Экскурсия включает в себя посещение действующей пивоварни (экскурс в историю создания предприятия, описание технологического процесса, информация о классификации пивных напитков, интересные факты и легенды) и дегустацию 4 сортов пива (постоянных и специальных) на площадке пивного бара при пивоварне.

15:30-17:30 – мастер-класс по приготовлению уральских пельменей от шеф-повара кафе-пельменной «Дюжина». Пельмени – блюдо чисто уральское, которое развивалось среди коренного населения Предуралья – удмуртов и пермяков. На языках оно звучит – «пель-нянь» (пель-ухо, нянь-тесто, хлеб), то есть «толстяное ухо». Его идея – соединение мяса с оболочкой из теста – была занесена на Урал, в Закамье, в глубокой древности угрофиннами, которые двигались с Алтая на Запад, затем здесь блюдо получило свое имя. У уральцев-пермяков пельняням позднее научились марийцы, татары и русские, переименовавшие их в пельмени. Пельмени стали считать сибирским, русским блюдом, а про то, что оно зародилось у пермяков Урала забыли. В конце XIX века сибирские пельмени вновь стали популярными в европейской части России. Мастер-класс включает раскрытие секретов приготовления теста и начинки для пельменей, а также обучение нескольким способам лепки пельменей. Также аниматор в национальном русском костюме проведет конкурс на время под названием «Кто быстрее слепит 10 пельменей». Самому быстрому конкурсанту будет вручен приз, а именно кухонный предмет скалка, предназначенная для раскатывания теста для пельменей.

17:45-19:15 – В ресторане «Барборис» проведут экскурсию о том, как и когда открывалось заведение, расскажут, какая кухня представлена в этом

ресторане, а также сделают акцент на меню ресторана, в которое входит раздел любимых блюд Бориса Николаевича Ельцина по рецептам Наины Иосифовны, а также шеф-повар ресторана расскажет про сервировку и подачу блюд в семье Ельциных, которые сохранены в этом ресторане, далее пройдет дегустация слоеных пирожков от Наины Иосифовны, с сопровождением ее любимой классической музыки. Меню этого ресторана ориентировано на отечественные продукты и советско-российскую кухню. Попробовать их – интересный способ погрузиться в историю семьи Ельциных. Во время переезда на автобусе будет проведен конкурс, кто назовет наибольшее количество советских продуктов под названием «Наши любимые советские продукты». Участники должны перечислить самые популярные продукты советского времени, а именно: мороженное, сгущенное молоко, колбаса Докторская, тушенка, напиток Тархун, кисель в брикетах, квас, соки в банках, конфеты Птичье молоко. Самым активным будут вручаться призы в виде мороженого в стаканчике.

19:45-21:30 – дегустация в кафе-баре «Хитровка». Заведение стилизовано под хулиганский район Москвы XIX – XX веков. В меню кафе-бара можно найти лучшие яства русского стола. Все готовится по рецептам старинных кулинарных блюд. Залы и бар «Хитровки» выполнены в авторском стиле, «правильную» атмосферу создают стены «под кирпич», винтажный декор и сводчатые потолки. В программе дегустации предлагается отведать уральские настойки и пироги, а во время этого действия будет играть русская народная музыка, которая поможет насладиться моментом дегустации еще больше.

День второй

10:30-12:00 – мастер-класс и дегустация в ресторане «Троекуровь». «Троекуровь» – двухэтажный особняк, в котором воссоздан интерьер XIX века. Присутствует подлинный антиквариат и реплики мебели александровской и николаевской эпох, эскизы учеников Царскосельского лицея, одним из которых был Александр Сергеевич Пушкин. Именно об

интерьере будет проходить экскурсия в самом ресторане. Экскурсовод в костюме дворецкого расскажет о его знаменитых посетителях и специфическом меню, блюда, которые вдохновлены русскими традициями. Пройдет мастер-класс по приготовлению пельменей из мурманского королевского краба и по приготовлению Новоалексеевского фазана на дранике. А также дегустация варенья из сосновых шишек. Во время переезда на автобусе будет проведена Викторина «История русской кухни», где участники вспомнят и проверят свои знания о рецептах русской кухни (приложение 6).

12:30-14:00 – в ресторане «Fratelli Spirini» будет проведена дегустация вина, сомелье расскажет о составляющих и вкусовых особенностях красных умбрийских вин: Принцепс, Поджо делле Реджине, Мерло и Селецьоне дель Фондаторе. Также будет проведен конкурс на знание вин, участникам нужно понять на вкус, какие вина им будут предложены (сухое, полусухое, сладкое, полусладкое).

14:00-15:30 – экскурсия на сыроварню «Fratelli Spirini». Сыроварня занимается изготовлением высококачественных сыров с 2012 года. На создание сыроварни вдохновили прекрасные итальянские сорта сыров и желание всегда иметь под рукой свежайший сыр. Сыровары имеют профессиональное образование в области переработки молочной продукции. Производство сыров контролируется итальянским технологом – экспертом, работающим в сыроварении более 20 лет. Для изготовления сыра используется молоко исключительно лучшего качества и другие натуральные ингредиенты, поэтому продукция «Fratelli Spirini» всегда вкусная, полезная и свежая. Туристам представится уникальная возможность научиться основам «правильного» сыроварения, отведать свежеприготовленных своими руками сыров, а впоследствии применять полученные умения на собственной кухне. У настоящей печи для варки сыра начинается увлекательное действо и туристы, облачившись в фартуки и перчатки, становятся самыми непосредственными его участниками. На дегустации будут представлены

такие сыры как: моцарелла в рассоле, буррата, страчателла, рикотта, скаморца классическая, маскарпоне, сулугуни, сыр Плавленный, нежный сыр из козьего молока (шавру). В конце экскурсии, экскурсовод предлагает участникам ответить на вопросы викторины и выиграть призы от сыроварни (приложение 7).

Для разработки анимационной услуги входящей в программу гастрономического тура была составлена матрица ответственности организационного процесса, расположенная в таблице 9.

Таблица 9

Матрица ответственности

Должностные лица	Директор	Руководитель экскурсионной службы	Экскурсовод	Аниматор
Этапы процесса				
Рассмотрение предоставленных материалов, выявление потребности	В	У	О	О
Внедрение анимационной программы	В		О	У/О
Разработка квалификационного наполнения программы	У	У	В	У/О
Подготовка отчетов и презентации анимационной программы для руководства	В	У	О/У	У
Согласование сроков внедрения	В	У/О	О/У	У/О
Утверждение о внедрении услуги анимации	В		О	У
Презентация программы для персонала		У	В	У/О
Подготовка программы к работе		У	У	У/О
Подведение первичных итогов, обсуждение результатов	В	О/У	О/У	У/О
Обратная связь с персоналом по проекту	В	О/У	О/У	У/О

**О** – ответственный за процесс, **В** – владелец процесса, **У** – участник процесса

Далее приведем производственный план, в котором представлены процессы необходимые для оказания данной анимационной услуги в рамках гастрономического тура. Все производственные процессы представлены

пошагово в таблице 10.

Таблица 10

Производственный план

Этапы и процессы разработки проекта	Ответственный	Результат	Сроки реализации
<b>ЭТАП ПОДГОТОВКИ</b>			
1	2	3	4
1. Изучение состояния рынка услуг, маркетинг существующего спроса (Исследование спроса)	Менеджер по развитию, либо менеджер по продажам	Аналитический отчет	7 дней
2. Теоретическое обоснование актуальности предлагаемой услуги	Руководитель проекта	Концепция программы	1 день
3. Анализ рыночных возможностей. Обзор отрасли	Менеджер по развитию	Аналитический отчет	3 дня
4. Определение целевой аудитории	Менеджер по продажам	Аналитический отчет	1 день
5. Исследование конкурентов	Менеджер по развитию	Аналитический отчет	5 дней
6. Исследование мероприятий по продвижению услуги	Менеджер по продвижению	Аналитический отчет	1 неделя
<b>ЭТАП ПРОЕКТИРОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ</b>			
1. Составить график разработки программы	Руководитель проекта	Утвержденный график	1 день
2. Изучить нормативно – правовую базу, необходимую для разработки	Координатор проекта	Аналитический отчет	3 дня

3. Расчет себестоимости	Координатор проекта	Утвержденная смета	1 день
4. Выделение инвестиций	Генеральный директор предприятия	Приказ	3 дня
5. Утверждение конкретных сроков и графика внедрения услуги	Генеральный директор предприятия	График	7 дней
6. Анализ формы сбыта	Менеджер по продажам	Аналитический отчет	7 дней
<b>ЭТАП АПРОБАЦИИ</b>			
1. Проведение рекламных мероприятий	Менеджер по развитию	Отчет	В течение всего процесса
2. Контроль потребительского спроса	Менеджер по продажам	Аналитический отчет	2 недели
3. Контроль за выполнением услуг	Генеральный директор предприятия	Коррекционный план	В течение всего процесса
4. Внесение корректив и рекомендаций	Менеджер по развитию	План устранения недостатков	2 недели
<b>ЭТАП АНАЛИЗА</b>			
1. Анализ динамики продаж	Менеджер по продажам	Оптимизация продаж	2 недели
2. Анализ рисков, преимуществ и недостатков	Менеджер по развитию	SWOT - анализ	1 неделя
3. Расчет экономической эффективности	Главный бухгалтер	Финансовый отчет	2 недели
4. Внесение корректив и рекомендаций	Менеджер по развитию	План устранения недостатков	1 неделя

Таким образом, разработанная анимационная программа гастрономического тура выходного дня «Вкусный Екатеринбург» в различных предприятиях общественного питания г. Екатеринбурга, позволит создать уникальную услугу, которая будет пользоваться популярностью у гостей города. Тур рассчитан на туристов со средним уровнем доходов, которые предпочитают образовательный и познавательный отдых с друзьями. Такие туристы привыкли отдыхать интересно и имеют стремление

к познанию нового, в том числе и изучение гастрономических особенностей на территории путешествия, а также участие в анимационных программах гастрономического тура. Основная целевая аудитория молодежь, люди среднего и пожилого возраста из средней полосы России (Самара, Саратов, Воронеж, Пенза, Киров, Казань, Новгород, Кострома, Нижний Новгород), Урал (Челябинск, Ижевск, Екатеринбург, Уфа, Пермь), Сибирь (Новосибирск, Томск, Омск, Тюмень, Тобольск) и многие другие города. Была составлена технологическая карта анимационной программы гастрономического тура, график заездов туристов, карта схема маршрута и представлена характеристика посещаемых объектов на маршруте, с описанием экскурсий и различными видами анимации: дегустации, костюмированные мастер-классы, викторины и конкурсы, проходящие в автобусе и на предприятиях питания, музыкальное сопровождение.

### **2.3. Экономическое обоснование и основные направления по продвижению анимационной программы гастрономического тура по Екатеринбургу**

Важным этапом при определении экономической эффективности разработанного турпродукта является проведение SWOT-анализа. SWOT – это акроним слов Strengths (силы), Weaknesses (слабости), Opportunities (благоприятные возможности) и Threats (угрозы). Внутренняя обстановка продукта отражается в основном в S и W, а внешняя – в O и T. SWOT-анализ является этапом разработки маркетинговой стратегии. Методология SWOT-анализа предполагает, во-первых, выявление внутренних сильных и слабых сторон турпродукта, а также внешних возможностей и угроз, и, во-вторых, установление связей между ними. Целью SWOT-анализа является определение всех сильных и слабых сторон турпродукта, которые рассматриваются как внутренние факторы, а также изучение внешних факторов, каковыми являются рыночные возможности и угрозы, для

получения четкого представления основных направлений развития. На основе такого исследования турфирма должна максимально использовать свои сильные стороны, попытаться преодолеть слабости, воспользоваться благоприятными возможностями и защититься от потенциальных угроз.

Задачи SWOT-анализа:

1. выявить сильные и слабые стороны тура и сравнить их с конкурентами;
2. выявить возможности и угрозы внешней среды;
3. связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами;
4. сформулировать основные направления развития турпродукта.

В таблице 11 представлен SWOT-анализ анимационной программы гастрономического тура «Вкусный Екатеринбург».

Таблица 11

SWOT-анализ анимационной программы гастрономического тура  
«Вкусный Екатеринбург»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– низкий уровень конкурентных предложений</li> <li>– возможность посетить лучшие рестораны Екатеринбурга</li> <li>– возможность встретиться и поучиться у лучших шеф-поваров Екатеринбурга</li> <li>– богатая программа с анимацией</li> <li>– наличие спроса у гостей города</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– высокая стоимость рекламы</li> <li>– низкая информативность населения</li> <li>– медленная окупаемость затрат</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– возможность занять нишу гастрономических туров</li> <li>– расширить ассортимент услуг туроператора</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– снижение уровня доходов населения</li> <li>– появление аналогичного тура</li> </ul>

Применение SWOT-анализа позволяет систематизировать всю имеющуюся информацию и, видя ясную картину, принимать взвешенные решения, касающиеся продвижения турпродукта. С учетом этих факторов в практике маркетинга сложилось два основных подхода к установлению цены:

1. затратный;

## 2. рыночный (маркетинговый).

Данный подход к формированию цены представлен двумя основными методами ценообразования:

1. на основе «издержки + прибыль»;
2. на основе целевой прибыли.

Ценообразование на основе «издержки+ прибыль» включает калькуляцию издержек производства (стоимости одной единицы услуги), обслуживания, накладных расходов и прибавление к себестоимости продукта стандартной надбавки (желаемой прибыли). Размеры надбавки варьируются в широких пределах в зависимости от вида товаров. Разница в размерах надбавок отражает различия в стоимости товарных единиц, объемах продаж, оборачиваемости товарных запасов и соотношениях между марками производителей и частными марками. Себестоимость тура в разных случаях рассчитывается по-разному и зависит от вида тура:

- предварительно, т. е. точная себестоимость известна еще до непосредственной реализации тура, применяется в отношении индивидуальных туров и определяется простым суммированием стоимостей туристических услуг поставщиков;
- планово-точная себестоимость неизвестна до момента непосредственной реализации тура, применяется при организации групповых туров и определяется делением общей суммы стоимостей туристических услуг поставщиков между всеми участниками тура с учетом групповых скидок на проживание, экскурсионное обслуживание.

Цена турпакета на одного туриста (стоимость туристской путевки) определяется методом нормативной калькуляции по формуле:

$$Ц=И+Н+П-С \pm К/Ч+К,$$

где Ц – цена турпакета на одного туриста, руб.,

И – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, руб.;

П – прибыль туроператора, руб.;

С – скидка, предоставленная туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в турпакет, руб.;

К – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет («+» означает надбавку к цене турпакета, «-» означает скидку с цены туроператора в пользу турагента), руб.;

Ч – количество туристов в группе, чел.;

Кс – количество лиц, сопровождающих группу туристов, чел.

Основываясь на анализе постоянных и переменных издержек, формируется норма прибыли туристского предприятия. Прибыль устанавливается в процентах к себестоимости затрат. На практике размер нормы прибыли туроператоров варьируется от 30% до 60%, в зависимости от туристского направления и его рыночных возможностей. Планируемая норма прибыли должна покрывать постоянные и переменные издержки тур-предприятия. В таблице 12 приведен план обслуживания туристов анимационной программы гастрономического тура «Вкусные Екатеринбург», необходимый для расчета себестоимости турпродукта.

Таблица 12

План обслуживания туристов анимационной программы гастрономического тура «Вкусные Екатеринбург»

Месяц	Количество групп в месяц	Количество размещенных лиц, чел.	График обслуживания туристических групп
Январь	4	52	07.01-08.01 14.01-15.01 21.01-22.01 28.01-29.01
Февраль	4	52	04.02-05.02 11.02-12.02 18.02-19.02 25.02-26.02
Март	4	52	04.03-05.03 11.03-12.03 18.03-19.03 25.03-26.03
Апрель	4	52	08.04-09.04 15.04-16.04

			22.04-23.04 29.04-30.04
Май	4	52	06.05-07.05 13.05-14.05 20.05-21.05 27.05-28.05
Июнь	4	52	03.06-04.06 10.06-11.06 17.06-18.06 24.06-25.06
Июль	4	52	08.07-09.07 15.07-16.07 22.07-23.07 29.07-30.07
Август	4	52	05.08-06.08 12.08-13.08 19.08-20.08 26.08-27.08
Сентябрь	4	52	02.09-03.09 09.09-10.09 16.09-17.09 23.09-24.09
Октябрь	4	52	07.10-08.10 14.10-15.10 21.10-22.10 28.10-29.10
Ноябрь	4	52	04.11-05.11 11.11-12.11 18.11-19.11 25.11-26.11
Декабрь	4	52	02.12-03.12 09.12-10.12 16.12-17.12 23.12-24.12
<b>ИТОГО:</b>	<b>48</b>	<b>624</b>	

Успех нововведения тесно связан с эффективностью проведения рекламной кампании. План продвижения анимационной программы гастрономического тура приводится в таблице 13.

Таблица 13

План продвижения анимационной программы гастрономического тура

Статьи расходов по видам рекламных средств	Сумма, в тыс. руб.
Реклама в сети интернет	
Размещение информации по проекту на сайте туроператора	Включено в затраты на маркетинг
Печать рекламной продукции	
– Буклеты (1000 шт.)	7100 р.

– Листовки (1000 шт.)	1520 р.
<b>ИТОГО:</b>	8620 р.

Для рекламной кампании планируется изготовить рекламные буклеты. Буклет – это разновидность рекламного проспекта, непериодическое листовое издание, как правило, многокрасочное, отпечатанное на одном листе с обеих сторон листа, сфальцованном любым способом в два и более сгиба. Буклет печатается на одном листе, который затем складывается и может читаться без разрезки. Буклет относится к имиджевой, или информационной печатной рекламе, исполняется на хорошей бумаге, многоцветно, с рисунками и фотографиями. Буклет может сообщать о фирме или о каком-то продукте, услуге. Обычно Буклеты печатаются в формате А4. При фальцовке (сгибе) важно, чтобы расположение текста и иллюстраций хорошо воспринималось на полосах Буклета. Поскольку буклет является информационно-рекламным носителем, его задача кратко и информативно донести до читателя сведения о продукции или услугах компании. Рекламно-информационные буклеты могут быть посвящены бренду, одному или нескольким видам товаров, или событию. Буклеты, являющиеся информационно-рекламным листком, исходя из своего функционала, могут использоваться для рассылки по клиентской базе, для раздачи во время контактов с клиентами, деловыми партнерами или могут быть информационным средством распространения информации на массовых мероприятиях. Наиболее часто буклеты представляет собой компактный и недорогой вариант корпоративного проспекта, рассчитанный на массовую аудиторию. Буклеты предназначены для распространения на выставках, ярмарках, презентациях и прочих промо-акциях. Реклама при помощи буклетов дает возможность широкого охвата целевой аудитории. Буклет, распространяемый методом прямой рассылки клиентам, позволяет сделать персональное сообщение более информативным и красочным. Печать буклетов малыми тиражами осуществляется с помощью цифровой печати. Печать больших тиражей буклетов производится на

высокотехнологичных офсетных машинах. Для изготовления применяется сплошное и выборочное УФ, офсетное и ВД лакирование, одно и двусторонняя ламинация.

Листовка – это вид печатной продукции, которая информирует о предстоящем мероприятии или рассказывает об определенном товаре или услуге. Также, для того, чтобы побудить к действию потенциальных клиентов в листовках может содержаться информация об определенных льготах, скидках или розыгрыше призов, при покупке рекламируемых товаров (услуг). Дизайн листовки бывает разноцветным и черно-белым, печатаются на тонкой офсетной или мелованной бумаге. Самые распространенные размеры листовок: А4, А5, А6 и Евро. На сегодняшний день листовки один из самых эффективных методов рекламного воздействия на потребителя. Залог успеха будущего мероприятия – это качественная и профессиональная реклама, а листовка – это немаловажный элемент в рекламной компании, презентации и других событиях.

Следующим этапом является составление сметы расходов и расчет себестоимости анимационной программы гастрономического тура. В наиболее простом виде в ней указывается объем предполагаемых расходов на организацию гастрономического тура и анимационной программы и содержится информация о предполагаемых издержках, представлено в таблице 14.

Таблица 14

Смета расходов и расчет себестоимости анимационной программы  
гастрономического тура

Статьи калькуляции	Калькуляция на 1 чел. в группе, руб.	Калькуляция на группу 13 чел., руб.	Всего по проекту за год, руб.
Переменные затраты по проекту			
Канцелярские принадлежности	5	65	3 120
<b>ИТОГО переменных затрат:</b>	<b>5</b>	<b>65</b>	<b>3 120</b>
Постоянные затраты по проекту			
На продвижение проекта	30	390	18 720

На призы за участие в викторинах и конкурсах	120	1 560	74 880
На оплату труда по реализации проекта			
Экскурсоводы	700	9 100	436 800
Аниматор	150	1 950	93 600
Питание	3 200	41 600	1 996 800
Проживание	2 300	29 900	1 435 200
Транспортные расходы	300	3 900	187 200
Мастер-классы	950	12 350	592 800
<b>ИТОГО постоянных затрат:</b>	<b>7 750</b>	<b>100 750</b>	<b>4 836 000</b>
<b>ВСЕГО затрат:</b>	<b>7 755</b>	<b>100 815</b>	<b>4 839 120</b>
Доходы от реализации	2 560	33 260	1 596 900
Налоги, 6%	153	1 995	95 814
Комиссионное вознаграждение, 5%:	128	1 663	79 845
Прибыль = (выручка – комиссия – налоги – затраты)	2 274	29 537	5 250 365

Цену 1 путевки определяем методом средней издержки +выручка:  
 $7\,755 / 4 = 1\,938$  рублей. Таким образом, стоимость анимационной программы гастрономического тура составит 9 693 рублей.

Рассчитаем эффект от внедрения:  $\mathcal{E} = P - Z$ , где  $P$  – результаты (прирост прибыли);  $Z$  – затраты на тур.  $\mathcal{E} = 5\,250\,365 - 4\,836\,000 = 414\,365$  руб. Таким образом, тур является эффективным и в него можно вкладывать деньги.

Определим эффективность по показателю рентабельности. Мероприятие считается эффективным, если рентабельность выше уровня инфляции. Рассчитаем рентабельность внедренного мероприятия:  $R = \Pi / C * 100$ ;  $R = 414\,365 \div 4\,836\,000 \times 100 \% = 8 \%$ . Рентабельность от мероприятия на уровне инфляции (7 – 10 % в год), поэтому по данному критерию мероприятие считается эффективным.

После внедрение тура прибыль туроператора составит 414 365 рублей в год. В целом проект можно считать экономически эффективным и рекомендовать к реализации.

Наиболее вероятными рисками при реализации проекта будут финансовые, коммерческие и риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами (пожар, акты законодательной и исполнительных властей,

препятствующие исполнению обязательств, изменения иммиграционной политики, террористические акты, забастовки). В связи с инфляционными процессами могут возникнуть финансовые риски, поэтому стоимость путевок может возрастать, следовательно, необходимо предусмотреть снижение прибыли на 7-10%. Для снижения риска возможно повышение цены на путевку на 10%. Коммерческие риски связаны с уменьшением емкости рынка услуг, когда количество желающих воспользоваться нашими услугами может сократиться. Для снижения данного риска необходимо охватывать новые группы потребителей и осваивать новые рынки, предлагать свои услуги жителям соседних районов и городов, а также людям разного возраста. Риски, которые связаны с форс-мажорными обстоятельствами также возможны, поэтому, необходимо заранее, на весь период страховать гостей от несчастных случаев и при таких условиях фирма не будет терпеть убытки.

Для продвижения услуги туристам можно предлагать рекламные буклеты, планы экскурсий. Их задача – привлечение внимания к товару. Необходимо поместить рекламу на сайте туроператора, посетители которого не случайные посетители, а люди, уже настроенные на приобретение какого-либо тура. Так же можно создать слайд-фильм о туре. Разработанная анимационная программа гастрономического тура, на наш взгляд, оставит массу положительных впечатлений, что повлечет за собой расширение ассортимента и повышение прибыли.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало актуальность данной работы. В рамках исследования мы выявили, что основным туристским продуктом в практической деятельности является комплексное обслуживание – стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете». Гастрономические туры – это разработанные профессионалами тематические программы, которые предоставляют возможность познакомиться с историей и природой страны, культурой ее народа и ее кулинарными традициями. Не секрет, что шедевры национальной кухни лучше пробовать на их родине. Именно поэтому предлагается совершить путешествие, с разнообразной анимационной программой, в которой можно насладиться национальными блюдами и напитками, а также поучаствовать в их приготовлении, посетить дегустации, взять кулинарные уроки у мастеров, участвовать в конкурсах и викторинах. К услугам туристов предоставляются комфортабельные отели, искусные повара, внимательный персонал и множество возможностей организовать свое путешествие так, чтобы оно надолго сохранило свое приятное послевкусие. Технология рекреационного проектирования показала, что основана на сочетании модулей рекреационной деятельности, были рассмотрены типы рекреационной деятельности, структурная композиция циклов рекреационной деятельности, а также была проанализирована возрастная оценка модулей циклов рекреационной деятельности, что позволило учесть возрастной контингент и все особенности анимационной программы гастрономического тура. Анимационные программы, входящие в гастрономические туры, могут иметь различную направленность, которая включает традиции, уклад и особенности местной кухни. Наиболее популярными анимационными программами являются костюмированные дегустации, тематические

праздники, ярмарки, гастрономические фестивали и развлекательные программы, предлагаемые ресторанами и кафе. Анимационная программа является частью многих гастрономических событийных мероприятий, в ресторанах проходят различные костюмированные мастер-классы и дегустации с музыкальным сопровождением. Анимация в гастрономическом туре является важным элементом, который может привлечь большое внимание туристов к любому виду мероприятия гастрономической направленности. Возможности Екатеринбурга в развитии гастрономического туризма достаточно обширны, гастрономический туризм привлекательное направление и пользуется популярностью у туристов особенно с анимационной программой. Гастрономические мероприятия могут быть востребованы в любое время года. В Екатеринбурге зарекомендовали себя многие событийные гастрономические мероприятия, которые привлекают внимание своей необычностью и не могут остаться незамеченными: «Барбекю шоу», международный кулинарный салон «Евразия», «Фестиваль русской окрошки», гастрономический фестиваль «Кухни народов СССР», Международная православная выставка – ярмарка «Русь крещеная, Святая», Международный туристский форум «Большой Урал», «Фестиваль постной кухни», Фестиваль «Намасте, Индия», «Гастроном фест». Также в большинстве из заведений проводятся различные костюмированные мастер-классы, дегустации с сопровождением музыки, викторины и многие другие анимационные программы: кафе-пельменная «Дюжина», кафе «Лепота», ресторан «Троекуровъ», ресторан «FRATELLI SPIRINI», ресторан «Sorriso», пивоварня «Eliseeff», также президентский центр «Бориса Ельцина» в своих кафе и ресторанах предлагает многообразие анимационных программ, мастер-классов и дегустаций, в этом списке и многие другие заведения Екатеринбурга, все это позволяет сделать вывод о перспективности развития гастрономического туризма в Екатеринбурге.

Во второй главе был сделан анализ рынка гастрономических туров в г. Екатеринбурге, и он показал, что на рынке гастрономических туров в г.

Екатеринбурге представлены два тура, данные туры имеют спрос в других регионах России. Для исследования потребительских предпочтений в анимационной программе гастрономического тура был проведен опрос среди потребителей, в анкетировании приняло участие 50 человек. Опрос показал, что 65% туристов хотели бы принять участие в анимационной программе гастрономического тура по Екатеринбургу, так как данные направления предоставляют большой выбор по виду гастрономического тура (пиво, сыры, национальная кухня и т.д.). Также важными элементами в анимационной программе гастрономического тура являются костюмированные культурно-познавательные экскурсии, дегустации вина / блюд с сопровождением музыки, кулинарные встречи с известными шеф-поварами, костюмированные мастер-классы по приготовлению блюд, посещение фабрик, заводов и цехов. Важны анимационные программы и интересный отдых с возможностью познания чего-то нового и его необычность, например, в виде обучения приготовлению национальных блюд, что связано с модой на кулинарию и желанием удивить друзей и знакомых. Туристы готовы потратить от 8 000 до 10 000 руб. на гастрономический тур с анимационной программой, с проживанием в 3-х звездочном отеле. Был сделан SWOT-анализ, выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития анимационной программы гастрономического тура, опрос показал, что у респондентов есть интерес к гастрономическим турам. В данной работе разработана анимационная программа гастрономического тура выходного дня «Вкусный Екатеринбург» в различных предприятиях общественного питания города Екатеринбурга, позволит создать уникальную услугу, которая будет пользоваться популярностью у гостей города. Тур рассчитан на туристов со средним уровнем доходов, которые предпочитают образовательный и познавательный отдых с друзьями. Такие туристы привыкли отдыхать интересно и имеют стремление к познанию нового, в том числе и изучение гастрономических особенностей на территории путешествия, а также участие в анимационных программах гастрономического тура. Основная целевая

аудитория молодежь, люди среднего и пожилого возраста из средней полосы России (Самара, Саратов, Воронеж, Пенза, Киров, Казань, Новгород, Кострома, Нижний Новгород), Урал (Челябинск, Ижевск, Екатеринбург, Уфа, Пермь), Сибирь (Новосибирск, Томск, Омск, Тюмень, Тобольск) и многие другие города. Была составлена технологическая карта анимационной программы гастрономического тура, график заездов туристов, карта схема маршрута и представлена характеристика посещаемых объектов на маршруте, с описанием экскурсий и различными видами анимации: дегустации, костюмированные мастер-классы, викторины и конкурсы, проходящие в автобусе и на предприятиях питания, музыкальное сопровождение.

Стоимость анимационной программы гастрономического тура на одного человека составит 9 693 рублей. Рентабельность тура составит 8% в год. Для продвижения услуги туристам предлагаются рекламные буклеты, планы экскурсий. Их задача – привлечение внимания к товару. Необходимо поместить рекламу на сайте туроператора, посетители которого не случайные посетители, а люди, уже настроенные на приобретение какого-либо тура. Так же можно создать слайд-фильм о туре. Разработанная анимационная программа гастрономического тура на наш взгляд, оставит массу положительных впечатлений, что повлечет за собой расширение ассортимента и повышение прибыли.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации [Текст] : принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. [с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ].
2. Федеральный закон N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Текст] : федер. Закон: принят Гос. Думой 24 ноя. 1996 г. – 20 с.
3. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. От 18.02.2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» // Собрание законодательства РФ. – 22.08.2011. - № 34. – Ст. 4966.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. – М. : Министерство культуры Российской Федерации, 2013.
5. ГОСТ Р 50681-2010. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг [Текст]. – Введ. 2011-07-01. – Москва : Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии ; М. : Стандартинформ, 2010. – 15 с.
6. Александрова А. Ю. География туризма [Текст] : учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – М. : Кнорус, 2015 – 592 с.
7. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учеб. пособие / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
8. Балабанов, И. Т. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
9. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : Издание 9-е, переработанное и дополненное / М. Б. Биржаков. – СПб. : Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.
10. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Текст] : учеб. пособие / Ю. В. Воскресенский. – М. : Юнити-Дана, 2006. – 255 с.

11. Жарков, А. Д. Культурно-досуговая деятельность [Текст] : учеб. пособие / А. Д. Жарков, В. М. Чижиков. – М. : МГУК, 1998. – 301 с.
12. Зданович, Л. И. Кулинарный словарь [Текст] : Л. И. Зданович. – М. : Вече, 2001. – 400 с.
13. Зорин, И. В. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. В. Зорин, А. И. Зорин. – М. : Советский спорт, 2005. – 528 с.
14. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности [Текст] : учеб. пособие / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Академия, 2014. – 339 с.
15. Кононенко, Б. И. Большой толковый словарь по культурологии [Текст] : Б. И. Кононенко. – М. : Вече 2000; АСТ, 2003. – 512 с.
16. Лойко, О. Т. Сервисная деятельность [Текст] : учеб. пособие / О. Т. Лойко. – М. : Академия, 2008. – 301 с.
17. Мишурова, И. В. Управление малым предприятие: прикладные аспекты предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / И. В. Мишурова. – Ростов н/Д, 2008. – 272 с.
18. Писаревский, Е. Л. Правовое обеспечение туризма [Текст] : учебник / коллектив авторов ; под общ. П68 ред. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 134 с.
19. Приезжева, Е. М. Социально-культурная анимация в туризме [Текст] : учеб. пособие / Е. М. Приезжева. – М. : Турист, 2003. – 120 с.
20. Третьякова, Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. – М. : Академия, 2012. – 272 с.
21. Урядова, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учеб. пособие / А. В. Урядова, Д. А. Савин; Яросл. Гос. Ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль : ЯрГУ им. П. Г. Демидова, 2013. – 128 с.
22. Чудновский, А. Д. Менеджмент туризма [Текст] : учеб. пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – М. : Кнорус, 2010. – 448 с.

23. Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений [Текст] : учеб. пособие / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2015. – 390 с.
24. Яковлев, Э. Д. Гостеприимство в России [Текст] : учеб. пособие / Э. Д. Яковлев. – М. : Книгодел, 2009. – 235 с.
25. Алексеев, О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. – №6. – С. 167 – 172.
26. Екатеринбург, путеводитель // Столица Урала. – 2013.
27. Жидких, В. А. О развитии туристского потенциала регионов Российской Федерации // Аналитический вестник Совета Федерации РФ. – 2012. – № 25.
28. Лупина, М., Ефимов, А., Элиарова, Т. Гастрономический туризм – перспективное направление туристской отрасли // Питание и общество. – 2015. – №6. – С. 67 – 68.
29. Новисова, В. А., Куликова, Е. С. Региональный ресурсный потенциал туризма и гостеприимства города Екатеринбурга и Свердловской области // Возможности города Екатеринбурга и Свердловской области в развитии туризма. – 2010. – № 1.
30. Панкрухин, А. П. Маркетинговые резервы российских туристских дестинаций // Практический маркетинг. – 2012. – №8. – С. 4 – 16.
31. Писаревский, Е. Л. Предложения Федерального агентства по туризму к Концепции проекта Федерального закона «О туризме и туристской деятельности в Российской Федерации» // Туризм: право и экономика. – 2013. – № 2. – С. 28 – 32.
32. Сирая, Э. А. Концептуализация гастрономического туризма как инновационной туристической модели в период глобализации // Научный вестник. – 2015. - №3. – С. 56 – 59.
33. События Свердловской Области // Календарь – справочник. – 2017.
34. Суханова, Н. Е. Туризм как фактор устойчивого развития регионов России // Власть. – 2014. – №6. – С. 107 – 112.

35. Long, L. M. Culinary Tourism. Eating and Otherness // Southern Folklore. Eadem. Culinary tourism. Lexington: University Press of Kentucky. – 2004. – № 3.
36. Блог Про Туризм. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://karavanska.com>
37. Все о туризме. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.tourlib.net>
38. Вульф Э. Что такое гастрономический туризм. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.worldoftravel.org>
39. Гастрономические фестивали в Екатеринбурге. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://kudago.com>. События.
40. Гид по фестивалям: лето 2016 в Екатеринбурге. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.ekb-room.ru>
41. Гридин В. Зачем рестораны заигрывают с культурой? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buro247.ru>. События.
42. Информационный портал о гостиницах Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uralhotel.ru>
43. Новости классической музыки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classicalmusicnews.ru>. Третий Симфонический форум России.
44. Рестораны Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tripadvisor.ru>
45. Федеральное агентство по туризму РФ. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>. Туризм в России.
46. Федеральное агентство по туризму РФ. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>. Календарь туристских событий.
47. Центр развития туризма Свердловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gotoural.com>. События.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### АНКЕТА

Приглашаем Вас принять участие в исследовании по разработке анимационной программы гастрономического тура. Все данные анкеты будут использованы в практических целях, в обобщенном виде.

Прочитайте вопрос и варианты ответа. Отметьте вариант ответа, наиболее соответствующий Вашему мнению.

**1. Ваш пол?**

1. мужской
2. женский

**2. Ваша основная деятельность?**

1. студент
2. работающий
3. пенсионер

**3. Сколько раз в год Вы отдыхаете?**

1. 1-2 раза
2. 3-4 раза
3. Более 4-х раз в год

**4. С кем Вы обычно путешествуете?**

1. С супругом (супругой)
2. С супругом (супругой) и ребенком (детьми)
3. С родственником(и)
4. С другом(и)
5. Один
6. Другое \_\_\_\_\_

**5. Какой вид туризма в Екатеринбурге Вы предпочитаете?**

1. Экскурсионный
2. Образовательный
3. Спортивный
4. Гастрономический
5. Экологический
6. Другой \_\_\_\_\_

**6. Что Вы считаете важным элементом отдыха?**

1. возможность посетить места, которые я хочу
2. хорошее питание
3. хорошие условия проживания
4. хорошая компания единомышленников
5. экскурсии
6. анимационная программа
7. другое \_\_\_\_\_

**7. Хотели бы Вы посетить анимационную программу гастрономического тура по Екатеринбургу?**

1. да
2. нет
3. затрудняюсь ответить

**8. Какой тип тура Вы предпочитаете?**

1. групповой
2. индивидуальный (VIP)
3. смешанный

**9. Какие элементы гастрономического тура по Вашему мнению должны обязательно присутствовать?**

1. культурно-познавательные экскурсии
2. дегустации вина / блюд
3. кулинарные встречи с известными шеф-поварами
4. мастер-классы по приготовлению блюд
5. посещение фабрик, заводов и цехов
6. развлекательные и анимационные мероприятия
7. другое \_\_\_\_\_

**10. Чем Вас привлекает анимационная программа гастрономического тура?**

1. смена обстановки
2. новые знакомства
3. необычность
4. возможность научиться готовить национальные блюда
5. возможность интересно отдохнуть
6. Другое \_\_\_\_\_

**11. Хотели бы Вы научиться приготовлению какого-либо национального блюда?**

1. да
2. нет
3. затрудняюсь ответить

**12. Как Вы думаете нужны ли горожанам гастрономические фестивали?**

1. да, нужны
2. нет, не нужны

**13. Какую сумму, Вы готовы потратить на гастрономический тур?**

1. До 5 000 руб.
2. 8 000 – 10 000 руб.
3. 10 000 – 12 000 руб.
4. 12 000 – 15 000 руб.

**14. Укажите звездность отеля, в котором Вы предпочли бы отдыхать?**

1. 2 звезды
2. 3 звезды
3. 4 звезды
4. 5 звезд

**15. Какие анимационные программы Вы бы хотели включить в гастрономический тур?**

1. Костюмированные дегустации
2. Викторины и розыгрыши
3. Гастрономический квест
4. Гастрономическая битва
5. Другое

**Благодарим за участие в опросе!**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

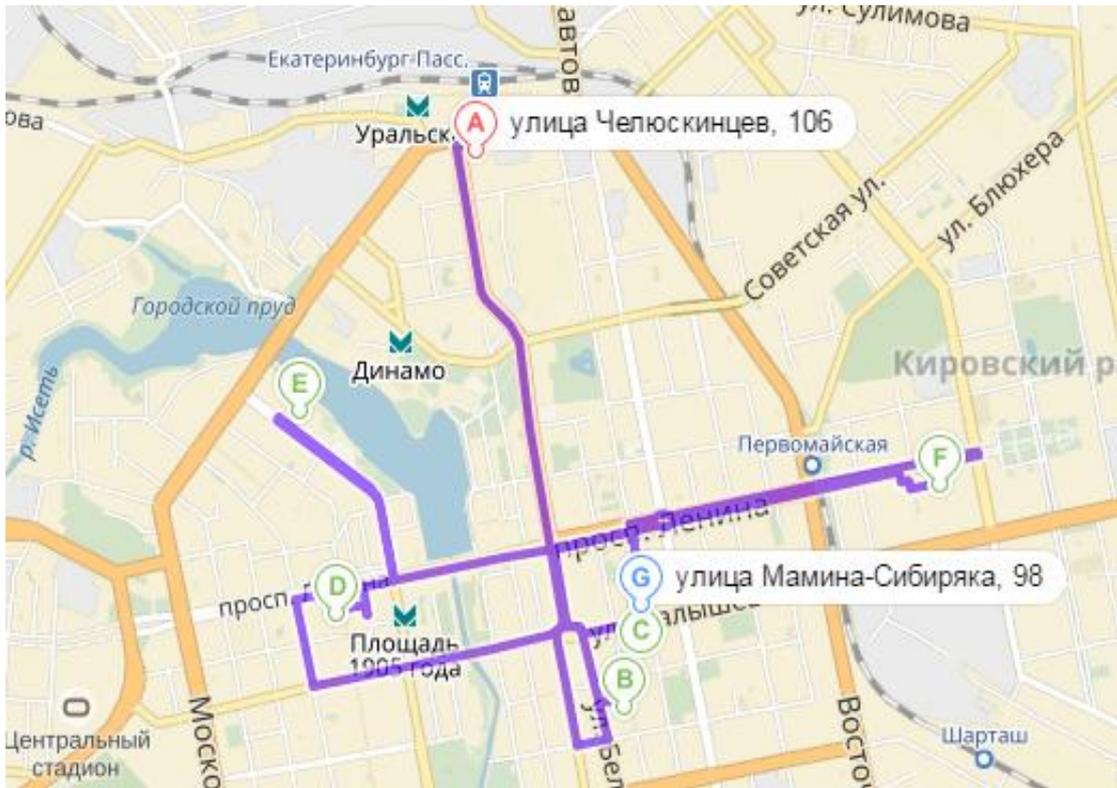
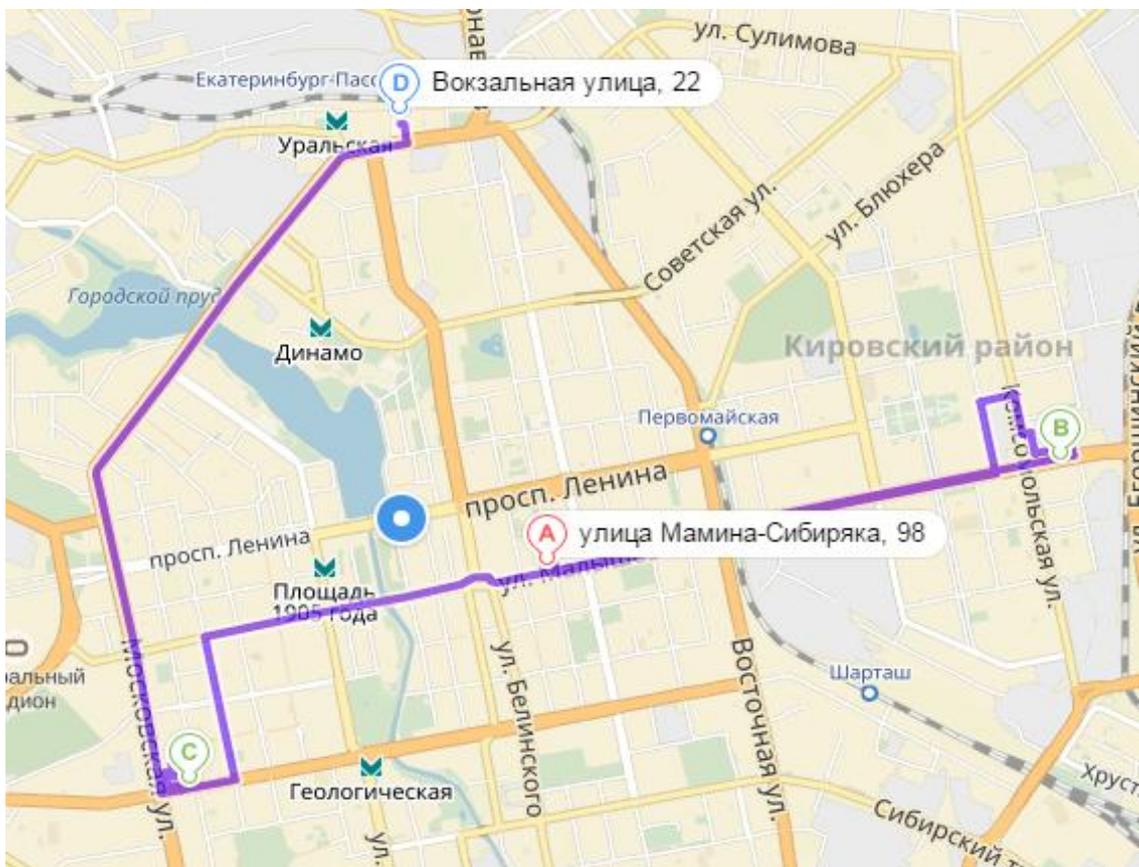


Схема маршрута (1 день)



## Схема маршрута (2 день)

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

#### Технологическая карта анимационной программы гастрономического тура «Вкусный Екатеринбург»

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
1 день				
10:00 Сбор группы перед гостиницей Marins Park (автобус будет стоять с табличкой на лобовом стекле с названием тура)				
10:15-12:00	Завтрак в кафе «Лепота»	Анимационная программа в кафе «Лепота» (Челюскинцев 106) под названием: «Нет пицци краше, чем перловая каша», которая включает костюмированный мастер-класс, рассказ об истории появления и секретах приготовления традиционной уральской перловой каши, а также музыкальное сопровождение, и различные конкурсы.		Анимационная программа «Нет пицци краше, чем перловая каша»
12:00-12:30 Отправление автобуса. Переезд от кафе «Лепота» до Красноармейской 64 на пивоварню «Eliseef» (4,5 км)			Переезд от кафе «Лепота» до Красноармейской 64 на пивоварню «Eliseef»	Викторина на знание кулинарии разных стран «Кулинар»
12:30-14:00		Экскурсия на пивоварню «Eliseef». (Красноармейская 64) Продемонстрируют весь варочный процесс пива, расскажут, как происходит процесс пивоварения под контролем специалистов-пивоваров. Пройдет		В момент приготовления и дегустации пенного напитка в цехе звучит джазовая

		дегустация 4 сортов фирменного пива. Покажут мини-пивзавод и пивные танки вместимостью 36 000 литров		музыка
14:00-14:15 Отправление автобуса в гостиницу «Park Inn» от пивоварни «Eliseef» (1,7 км)			Отправление автобуса в гостиницу «Park Inn» от пивоварни «Eliseef»	
14:15-15:15	Размещение в гостинице «Park Inn»			
15:15-15:30 Переезд от гостиницы «Park Inn» до Вайнера 10 в Кафе-пельменную «Дюжина» (2,2 км)			Переезд от гостиницы «Park Inn» до Вайнера 10 в Кафе-пельменную «Дюжина»	
15:30-17:30	Обед в Кафе-пельменной «Дюжина»	Обед и мастер-класс в Кафе-пельменной «Дюжина» (Вайнера 10) Шеф-повар кафе расскажет об особенностях приготовления и традициях лепки уральских пельменей и каждый из участников сможет сам слепить себе пельмени для обеда		Аниматор в национальном русском костюме проведет конкурс на время «Кто быстрее слепит 10 пельменей»
17:30-17:45 Отправление автобуса из Кафе-пельменной «Дюжина» до улицы Бориса Ельцина 3 в музей «Ельцин Центр» (1,4 км)			Отправление автобуса из Кафе-пельменной «Дюжина» до улицы Бориса Ельцина 3 в музей «Ельцин Центр»	
17:45-19:15		В ресторане «Барборис» проведут экскурсию о том, как и когда открывалось заведение, расскажут какая кухня представлена в этом ресторане, а также сделают акцент на меню ресторана, в которое входит раздел любимых блюд Бориса Николаевича Ельцина по рецептам Наины Иосифовны, а		Во время дегустации пирожков по рецептам Наины Иосифовны, в ресторане звучит любимая ею

		также шев-повар ресторана расскажет про сервировку и подачу блюд в семье Ельциных, которые сохранены в этом ресторане, далее пройдет дегустация слоеных пирожков от Наины Иосифовны		классическая музыка
19:15-19:45 Отправление автобуса из «Ельцин Центра» на Ленина 68 в кафе «Хитровка» (4,3 км)			Переезд на автобусе из «Ельцин Центра» на Ленина 68 в кафе «Хитровка»	Конкурс, кто из участников назовет наибольшее количество советских продуктов «Наши любимые советские продукты»
19:45-21:30	Ужин в кафе «Хитровка»	Ужин в кафе «Хитровка» (Ленина 68). Дегустация уральских настоек и пирогов		Вовремя дегустации играет русская народная музыка
21:45 Приезд в гостиницу «Park Inn» из кафе «Хитровка» (2,4 км)			Приезд в гостиницу «Park Inn» из кафе «Хитровка»	
2 день				
09:00-10:00	Завтрак в отеле «Park Inn» и освобождение номеров			
10:00-10:30 Переезд на автобусе на Малышева 137, в ресторан «Троекуровъ» (4,5 км)			Переезд на автобусе на Малышева 137 в ресторан «Троекуровъ»	
10:30-12:00		Мастер-класс в ресторане «Троекуровъ» (Малышева 137) по приготовлениюпельменей из мурманского королевского краба и по приготовлению Новоалексеевского фазана на дранике. Дегустация варенья из сосновых шишек. Проведут экскурсию по ресторану и расскажут о нем и его		Костюмированная экскурсия по ресторану

		специфическом меню		
12:00-12:30 Переезд из ресторана «Троекуровъ», на Шейкмана 90 в ресторан «Fratelli Spirini» (6,5 км)			Переезд из ресторана «Троекуровъ», на Шейкмана 90 в ресторан «Fratelli Spirini»	Викторина «История русской кухни»
12:30-14:00	Обед в ресторане «Fratelli Spirini»	Обед в ресторане «Fratelli Spirini» (Шейкмана 90). Будет проведена дегустация вина.		Конкурс на знание вин, участникам нужно понять на вкус, какие вина им будут предложены (сухое, полусухое, сладкое, полусладкое)
14:00-15:30		Экскурсия на сыроварню «Fratelli Spirini». Экскурсовод даст яркое представление о истории появления сыра, о деталях производства прошедших веков и нашего времени, о том, как появляются дырки в сыре. Пройдет дегустация сыров		Викторина о сыре «Итальянские сыры»
15:30-16:00 Окончание тура. Доставка туристов из сыроварни «Fratelli Spirini» на ж/д вокзал (5 км)			Окончание тура. Доставка туристов из сыроварни на «ж/д вокзал	

## ПРИЛОЖЕНИЕ 4

### Анимационная программа в кафе «Лепота»

#### «Нет пищи краше, чем перловая каша»

**Аниматор:** Проходите, гости дорогие! Много гостей – хозяину радость! Проходите, не толпитесь, да на лавочки садитесь. Всем ли видно, всем ли слышно, всем ли места хватило? (Аниматор встречает гостей в традиционном русском народном костюме).

**Туристы:** Спасибо, все удобно расположились.

**Аниматор:** Будет беседа наша о вкусной русской перловой каше. Я ее уже томлю, стараюсь, угостить всех собираюсь. Часто ли вы кушаете кашу на завтрак?

**Туристы:** да/нет

**Аниматор:** Сейчас я вам расскажу, историю перловой каши. Но сначала продолжите известные пословицы про кашу.

- С ним каши (не сваришь).
- Горе наше, (что без масла каша).
- Щи да каша – (мать наша).
- Сам заварил кашу, (сам и расхлебывай).
- Кашка густа, (да чашка пуста).
- Кто смел, (тот и кашу съел).
- Без хлеба да без каши (ни во что труды наши).

**Аниматор:** Какие молодцы все назвали, да все рассказали. А сейчас я расскажу, что к чему. Перловая крупа – это ячмень, обработанный по-разному, поэтому перловка бывает крупной или мелкой (голландка). В древности коренным злаком Закамья была полба, а когда она стала исчезать, ее место постепенно занял ячмень. Он вместе с полбой вошел в состав основного пищевого сырья народов Урала и Предуралья. Но время многое изменило: Урал стал производителем пшеницы, ячмень был сильно потеснен, как в поле, так и на кухне. В результате навыки обработки полбы и ячменя как пищевого продукта постепенно исчезли, забылись, и перловка стала

самой нелюбимой крупой, место которой лишь частично осталось только в супах в виде незначительных добавок.

**Аниматор:** А сейчас мастер-класс по приготовлению перловой каши. Хотите узнать, как правильно ее готовить?

**Туристы:** да/нет.

**Аниматор:** Чтобы сварить перловую крупу нужно предварительно замочить. Сначала несколько раз промыть ее, затем залить холодной водой и оставить на 10-12 часов, например, с вечера до утра. Пропорции: 1 стакан перловки на 1 литр воды. Перед варкой, остатки воды, в которой настаивалась крупа, обязательно слить, крупу еще раз промыть, а затем залить водой, молоком или бульоном. Для варки разбухшую перловую крупу заливают из расчета 2 литра жидкости на 1 стакан сухой крупы. Необходимо также учитывать, что объем каши во время варки увеличивается примерно в 5-6 раз. Поэтому готовить перловку нужно в просторной кастрюле. Соль и сливочное масло добавляют в самом конце. Готовность перловки можно определить по внешнему виду и консистенции: сваренная крупа набухшая, мягкая, зернышко к зернышку, и совсем не кашеобразная.

**Аниматор:** А теперь когда вы все узнали предлагаю продегустировать нашу вкусную кашу! Что бы было нам вкусней музыку для всех гостей. (Играет русская народная музыка).

**Аниматор:** А теперь когда все сыты, мы покажем вам крупу, что бы каши вы все знали отличали, не гадали! (на столе разложат различную крупу, и участники должны отгадать на ощупь с завязанными глазами, как она называется).

**Аниматор:** А теперь проведем конкурс «Угадай крупу».

- Первая крупа – овсянка.

Он не в дальних странах рос

Замечательный овёс!

Рос овёс у нас в округе,

А не где-нибудь на юге!

- Вторая крупа – греча.

Не бывает в поле тихо,  
Если там растёт гречиха.  
Пчёлки на неё летят,  
Взять нектар они хотят.

- Третья крупа – пшено.

До чего вкусна она,  
Эта каша из пшена!  
Из чего взялось оно -  
Желтоватое пшено?  
Проще нет для нас вопроса.  
Знай: пшено - крупа из проса!

- Четвертая крупа – перловка.

Познакомьтесь с кашей новой:  
Все зовут её перловой.  
Если спросят у меня:  
«Каша есть из ячменя?»  
У меня ответ готовый:  
Да, зовут её перловой!

**Аниматор:** Вот теперь вы стали знать, как всю кашу отличать, а теперь могу сказать, приходите к нам опять!

На этом заканчивается анимационная программа в кафе «Лепота».

Викторина «Кулинар»

**1. В какой стране в XVIII веке применялось: «Учреждение стола в четырёх подачах: 1) холодных яств, 2) горячего или похлёбок, 3) взваров и жареного, 4) четырёх пирожных»?**

- 1) Во Франции
- 2) В Англии
- 3) В России +

**2. В договоре Балды с попом в сказке А. С. Пушкина есть такой пункт: «Есть же мне давай вареную полбу». Что такое полба?**

- 1) Злак с ломким колоском и пленчатым зерном (пшеница) +
- 2) Вид риса
- 3) Вид бобовых

**3. Почему майонез называют «Провансаль»?**

- 1) Потому, что его производят в Провансе
- 2) Потому, что в этот соус входит прованское масло +
- 3) В честь мадам Провансаль

**4. В какой стране раньше начали делать блины?**

- 1) В России +
- 2) На Украине
- 3) В Белоруссии

**5. Когда в России появились макаронные изделия?**

- 1) В середине XIX века
- 2) В начале XX века
- 3) В конце XIX века +

**6. Из какого теста готовят небольшие, круглые, открытые пироги, называемые «московскими»?**

- 1) Из слоёного
- 2) Из песочного
- 3) Из дрожжевого безопарного +

**7. Леонардо да Винчи, помимо того, что он был великим живописцем, скульптором, архитектором, учёным, он был прекрасным поваром. В каком городе мира были изданы его кулинарные записки?**

- 1) В Париже
- 2) В Лондоне +
- 3) В Риме

**8. Кто автор прославленного капитального труда по кулинарии «Поваренный словарь»?**

- 1) Александр Дюма-отец +
- 2) Александр Дюма-сын
- 3) Сандро Боттичелли

**9. В какой стране готовят холодный суп таратор на кислом молоке?**

- 1) В Китае
- 2) В Болгарии +
- 3) В Мексике

**10. В состав этого продукта входят: молоко, яйца, вода, соль. Что это за продукт?**

- 1) Глазунья
- 2) Яичница
- 3) Омлет +

**11. В честь кого соус «бешамель» получил своё название?**

- 1) В честь французского маркиза Бешамель
  - 2) В честь повара маркиза Бешамель +
  - 3) В честь друга маркиза Бешамель
- 12. Даже в наше время мексиканские крестьяне неохотно продают эту съедобную культуру, считая, что грешно торговать дарами богов. Что это за культура?**
- 1) Подсолнечник
  - 2) Кукуруза +
  - 3) Жёлтый перец
- 13. Что такое «припускание»?**
- 1) Разновидность тушения
  - 2) Разновидность варки +
  - 3) Разновидность жарки
- 14. Это одна из любимых приправ русской кухни. Корни и листья этого растения содержат глюкозид синегрин, в нём много витамина С, фитонцидов, серы, присутствуют эфирные масла. Что это за приправа?**
- 1) Чеснок
  - 2) Бадьян
  - 3) Хрен +
- 15. Как называется грузинская лепешка из кукурузной муки?**
- 1) Мчади +
  - 2) Сдоба
  - 3) Лаваш

Викторина «История русской кухни»

- 1. Как в наше время называется напиток, который наши предки именовали «кислыми щами»?**
  - 1) Квас +
  - 2) Пиво
  - 3) Молоко
- 2. Слово «суп» появилось в России в эпоху Петра I. А как первоначально называли жидкие блюда на Руси?**
  - 1) Жидкость
  - 2) Похлебка +
  - 3) Водяная масса
- 3. Какой овощ на Руси до появления картофеля считался «вторым хлебом»?**
  - 1) Тыква +
  - 2) Помидор
  - 3) Огурец
- 4. Кашу из какой крупы на Руси называл черной?**
  - 1) Гречка +
  - 2) Овес
  - 3) Рис
- 5. Какое из этих блюд, согласно кулинарной книге, может быть «черным», «красным» и «белым»?**
  - 1) Борщ
  - 2) Рассольник
  - 3) Уха +
- 6. Какой продукт, согласно русской поговорки, является всему головой?**
  - 1) Хлеб +
  - 2) Лаваш
  - 3) Пряник
- 7. Какое блюдо русской кухни иначе называется холодец?**
  - 1) Заливное
  - 2) Студень +
  - 3) Желе
- 8. На Руси в старину ягодные и фруктовые варенья варили с добавлением чего?**
  - 1) Сахара
  - 2) Меда +
  - 3) Шоколада
- 9. Что исключалось из постных блюд русской кухни?**
  - 1) Мясо, яйца, масло +
  - 2) Картошка, капуста, лук
  - 3) Огурец, яблоко, помидор
- 10. Считаются ли сырники – русским блюдом?**
  - 1) Нет
  - 2) Да +
- 11. Какой из этих супов национальный русский?**
  - 1) Ботвиней +
  - 2) Борщ
  - 3) Сырный суп
- 12. Из какой муки в старину пеклись традиционные русские блины?**
  - 1) Из пшеничной

- 2) Из ржаной
- 3) Из гречишной +

**13. Как на Руси называли блины, в которые запечены какие-либо продукты?**

- 1) Блины с припеком +
- 2) Блины с присказкой
- 3) Блины с начинкой

**14. Как называются уменьшенные блины?**

- 1) Пончики
- 2) Оладьи +
- 3) Галушки

**15. Назовите традиционное русское блюдо, которое зимой старались взять в дорогу, но только в замороженном виде?**

- 1) Щи +
- 2) Уха
- 3) Грибной суп

Викторина «Итальянские сыры»

**1. Название сыра «Моцарелла» происходит от итальянского термина «mozzare». Что он означает?**

- 1) отрывать +
- 2) открывать
- 3) вспенивать
- 4) взбивать

**2. Из какого молока делают сыр Моцарелла?**

- 1) Коровьева
- 2) Буйволиного +
- 3) Козьева

**3. Какой сыр носит название городка в провинции Милан?**

- 1) Бурассто
- 2) Горгонзола +
- 3) Рабиолла
- 4) Стракинно

**4. Для какого сыра Молоко берут у буренок, только что вернувшихся с альпийских пастбищ и утомившихся после перехода.**

- 1) для страккино +
- 2) для моцареллы
- 3) для рикотты
- 4) для горгонзолы

**5. Какой сыр, единственный в Италии состоит из трех видов молока: коровьего, козьего и овечьего?**

- 1) Мацарелла
- 2) Рикотта
- 3) Рабиолла +
- 4) Стракинно

**6. Какой из сыров является соленом?**

- 1) Пекорино Романо +
- 2) Пекорино Сардо
- 3) Пекорино Тоскано

**7. Какой сыр чаще всего добавляют в пиццу?**

- 1) Стракинно
- 2) Рикотта
- 3) Моцарелла +

**8. Какой из сыров входит в основу десерта Тирамису?**

- 1) Маскарпоне +
- 2) Рабиолла
- 3) Рикотта