

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

ФЕСТИВАЛЬ «COMIC-CON»  
КАК ОБЪЕКТ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

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

Идентификационный код ВКР: 322

Екатеринбург 2018

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 72 страницах, содержит 53 источника литературы, а также 4 приложения на 15 страницах.

*Ключевые слова:* ТУРИЗМ, СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, ФЕСТИВАЛЬ, COMIC-CON, РАЗРАБОТКА ТУРА.

*Объектом работы* является событийный туризм как вид туризма.

*Предметом работы* выступает фестиваль Comic-Con как объект событийного туризма.

*Цель работы* – анализ фестиваля Comic-Con как объекта событийного туризма.

Работа посвящена анализу событийного туризма и разработке тура на фестиваль Comic-Con. Во введении раскрыта актуальность темы, изученность проблемы, эмпирическая база, практическая значимость работы, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

В первой главе дана характеристика основных понятий, раскрываются особенности событийного туризма как вида туризма.

Во второй главе раскрываются особенности фестивалей, рассматривается фестиваль Comic-Con как направления событийного туризма.

В третьей главе разработан тур на фестиваль Comic-Con в Сан-Диего и проведено анкетирование потенциальных потребителей событийных туров.

В четвёртой главе представлена методическая разработка заданий в тестовой форме для контроля знаний по темам «Понятие и виды событийного туризма как вида туризма» и «Фестиваль «Comic-Con» как направление событийного туризма».

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК ВИДА ТУРИЗМА .....	7
2. ФЕСТИВАЛЬ «COMIC-CON» КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА .....	24
3. РАЗРАБОТКА ТУРА НА ФЕСТИВАЛЬ «COMIC-CON».....	37
4. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	69
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – Расчёт стоимости тура.....	74
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – Программа тура.....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – Анкета для потенциальных потребителей событийных туров и фестиваля Comic-Con .....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 – Результаты анкетирования.....	82

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время событийный туризм постепенно набирает популярность во всём мире. Стандартный отдых в виде лежания на пляже со временем начинает наскучивать, из-за чего люди ищут чего-то нового, чего-то особенного.

Актуальность событийного туризма растёт. С каждым годом появляется всё больше достойных внимания интересных фестивалей и мероприятий, мимо которых пройти просто невозможно. Яркими, можно даже сказать, легендарными можно назвать такие фестивали, как Октоберфест в Германии, Венецианский карнавал в Италии, фестиваль Ап Хелли Аа в Шотландии, праздник красок Холи в Индии и многие другие.

Суть событийного туризма в том, что он позволяет посетить мероприятия, приуроченные к каким-либо событиям. В такие туры не отправишься в любое время года, когда тебе этого захочется. Они проходят в определенное время года, в определённом месте.

В России событийный туризм развит слабо, потому что большинство туроператоров и турфирм привыкли работать по отработанной схеме, с привычными направлениями, например, Турция, Греция, Тайланд и так далее. Постепенно им придётся обратить внимание на туры, связанные с какими-либо событиями, потому что потребители постепенно отходят от привычного пляжного отдыха и ищут новые направления, которые бы подарили им новые впечатления.

О фестивали Comic-Con можно сказать, что его популярность растёт высокими темпами. Связанно это с увеличивающимся интересом к супергероям и гик-культуре. Ежегодно его посещают сотни тысяч людей, и цифра только растёт. Каждый фанат супергероев мечтает окунуться в атмосферу этого фестиваля, познакомиться там с новыми людьми, увидеть приглашенных на мероприятие звёзд. Событийный туризм как нельзя кстати подходит для такого мероприятия.

Изученность проблемы. Изучением проблем и аспектов событийного туризма занимались такие зарубежные, как Д. Гетц, Дж. Ритчи, А. Вил, Р. Линч, Д. Беливо и другие. Благодаря их трудам данный вид туризма стал самостоятельной отраслью со своим терминологическим аппаратом и стал рассматриваться как отдельное направление. Среди российских учёных, разработавших подходы к определению событийного туризма, числятся М.Б. Биржаков, Г.П. Долженко, С.С. Никитина, Т.В. Фролова, О.В. Алексеева и Е.А. Лакомов.

*Объектом* выпускной квалификационной работы является событийный туризм как вид туризма

*Предметом* – фестиваль Comic-Con как объект событийного туризма.

*Целью* является анализ фестиваля Comic-Con как объекта событийного туризма.

Для реализации поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие и виды событийного туризма как вида туризма.
2. Охарактеризовать фестиваль Comic-Con как направление событийного туризма.
3. Разработать тур на фестиваль «Comic-Con» в Сан-Диего.
4. Составить методическую разработку заданий в тестовой форме для контроля знаний по темам «Понятия и виды событийного туризма как вида туризма» и «Фестиваль «Comic-Con» как направления событийного туризма».

Эмпирическую базу составили данные опроса 1500 человек, увлекающихся современной поп- и гик-культурой. Респондентами стали подписчики YouTube-канала «Silence Place», который занимается переводом и озвучкой интервью с актёрами, режиссёрами и представителями кинематографа, комиксов и индустрии развлечений.

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть использованы при прогнозировании спроса на направления событийных туров, при изучении текущего состояния рынка событийного туризма, при разработке

событийных туров и последующей установке на них цен. Отдельные результаты исследования могут использоваться в учебном процессе при чтении лекций по дисциплинам «Статистика туризма», «Маркетинг», «Продвижение тур продукта» студентам экономических и педагогических специальностей вузов.

## 1. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК ВИДА ТУРИЗМА

В литературе можно найти множество определений туризма. Например, классическое: туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время для получения удовольствия и отдыха, в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте<sup>1</sup>.

Термин «туризм» с давних времен используется во многих языках. Это слово произошло от выражения «великий тур» (Grand Tour) и изначально означало ознакомительную поездку, которую совершали молодые дворяне в XVII–XVIII столетии. В XIX столетии такие поездки стали популярны и среди других слоев населения. Целью поездок было знакомство туристов с чужими культурами. На протяжении столетий основное назначение туризма – знакомство путешественников с другими странами, налаживание контактов и взаимопонимания с народами, их населяющими.

Туризм – это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Кроме того, туризм – это туроператорская и турагентская деятельность туристских предприятий, а также иных организаторов и посредников (например, транспортных компаний).

Каждый год туризм быстрыми темпами развивается практически во всех странах мира. Было сформировано множество его видов и подвидов, из

---

<sup>1</sup> *Определение* туризма. Информационный проект о туризме [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=5&p=5&s=3>

которых любой, даже наиболее требовательный, турист с легкостью сможет выбрать интересное направления для себя.

В настоящее время есть несколько общих видов туризма, которые в свою очередь могут разделяться на многочисленные подвиды. Основываясь на цели туризма, можно выделить следующие наиболее распространённые виды туризма:

#### 1) Лечебно-оздоровительный (Рекреационный)

Один из наиболее популярных видов туризма, смысл которого заключается в путешествии с целью отдыха, оздоровления, лечения или же общего укрепления организма в специализированных санаториях, профилакториях, и иных схожих учреждениях. Данный вид туризма зародился ещё в античные времена, когда люди научились использовать лечебные грязи и минеральные воды в лечебных целях. Одним из самых популярных подобных мест является «Мёртвое море» – солёное озеро, богатое минералами чёрной грязи, используемое в лечебных и косметических процедурах.

Лечебно-оздоровительный туризм всегда будет востребован. Объясняется это тем, что в последнее время в мире наблюдается увеличение интереса людей к подобным видам туризма. Причинами обращения к этому виду туризма служат неблагоприятная экологическая обстановка, быстрый темп жизни, проживание в шумном мегаполисе, множество стрессовых ситуаций, а также возраст и состояние здоровья. Вероятнее всего, в будущем лечебно-оздоровительный туризм станет самым востребованным видом туризма. Послужит этому то, что по оценкам ООН, к 2050 году количество стариков в мире превысит количество детей<sup>1</sup>. Данный фактор и станет причиной высокой востребованности рекреационного туризма.

#### 2) Культурно-познавательный

Наиболее распространенная форма туризма, в рамках которой турист посещает культурные события, экскурсии по историческим центрам, музеям,

---

<sup>1</sup> Бондарь Ю. Человечество стареет, но старость отодвигается. Медицинский портал [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/eуVруU>



галереи, библиотеки, театры и иные схожие заведения. В основе культурно-познавательного туризма лежит потребность туриста в расширении культурного кругозора, в познании нового.

Желание туриста ознакомиться с достопримечательностями, узнать что-то новое, удовлетворяется большим количеством исторических и культурных мест по всему миру. Одними из самых известных достопримечательностей являются Китайская стена, Египетские пирамиды, Сиднейский оперный театр, Статуя Христа-Искупителя, Римский Колизей, Лувр и т.д.

Путешествие к культурным достопримечательностям легко может быть сопряжено с любым другим видом туризма – деловым, религиозным, экологическим, спортивным<sup>1</sup>. Это делает культурно-познавательный туризм одним из самых популярных и одним из самых доступных способов организации отдыха. Его популярность связана с относительной независимостью от финансового благосостояния туриста: точки культуры с разной степенью концентрации представлены практически в любом пространстве, а потому для человека, желающего удовлетворить свои художественно-эстетические потребности, всегда найдется возможность сделать это, не прибегая к крупным тратам на перелеты и переезды. Точки средоточия культуры в том или ином пространстве часто являются также местами, имеющими отношение к художественному достоянию целого народа. Такие места, безусловно, повышают туристскую привлекательность региона и становятся обязательными пунктами основных маршрутов культурного туризма в стране.

Культурно-познавательный туризм будет востребован, но есть одно «но». Каждое историческое место, здание, объекты, со временем устаревают и разрушаются. Если объекту не будет уделено достаточное внимание, если объект не будет охраняться и реставрироваться, то оно попросту может исчезнуть. Подобное случилось с древними культурными и историческими

---

<sup>1</sup> *Что* такое культурно-познавательный туризм. Издательский дом Коммерсантъ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3024757>

памятниками в Алеппо. Под угрозой исчезновения также находится Китайская стена, потому что некоторые её западные участки стены более восприимчивы к эрозии. Некоторые её участки страдают от вандализма и граффити. Помимо всего, туристы и местные жители вытаскивают камни из стены, одни, как сувенир на память, а другие, как строительный материал для своих домов<sup>1</sup>.

### 3) Спортивный

Спортивный туризм является одним из самых динамичных и активных видов туризма. Его смысл заключается в преодолении естественных препятствий, и любого путешествия с целью отдыха, связанного со спортивной активностью. Маршруты туристов могут пролегать через горные вершины, перевалы, пещеры, каньоны и многое другое.

Популярность спортивного туризма с каждым годом только растёт. Сегодняшнее общество стало уделять больше внимания своему здоровью и внешнему виду. Люди больше занимаются спортом, следят, чтобы телосложение было, как у атлетов, а также популяризируется здоровое питание. Спортивный туризм является частью этого здорового движения.

Во всем мире растет число туров низкой и средней сложности, которые доступны любому человеку без определенной подготовки. Туркомпании в области спортивного туризма и активного отдыха придумывают маршруты и туры для этой самой многочисленной группы туристов<sup>2</sup>.

Основные виды спортивного туризма:

- пешеходный туризм;
- лыжный туризм;
- велотуризм;
- вводный туризм;
- спелеотуризм;
- горный туризм;

---

<sup>1</sup> *Памятник* используют как стройматериал. SMALT [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://smaltradiator.ru/kitajskaya-stena-skoro-perestanet-sushhestvovat/>

<sup>2</sup> *Спортивный туризм*. RusAdventures [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.rusadventures.ru/article/49/21.aspx>

- дайвинг;
- каньонинг;
- туризм на средствах передвижения;
- парусный туризм;
- конный туризм.

Спортивный туризм доступен для людей всех возрастов, что делает его одним из самых привлекательных.

Существует также экстремальный туризм, который иногда рассматривается, как ответвление спортивного туризма, однако в последние годы стал определяться, как самостоятельный вид туризма. В него входят путешествия с целью занятий прыжками с парашютом, альпинизма, дайвинга.

#### 4) Приключенческий

Пожалуй, один из самых захватывающих и интересных видов туризма, который заключается в путешествии в природной среде. Это не только спортивная деятельность, но также различные путешествия, маршруты, которые проходят в сложных географических или природных условиях.

Некоторые люди с детства мечтают о приключениях, активном и даже экстремальном отдыхе. Не всем по душе пассивный отдых, кто-то жаждет новых впечатлений, ощущений, что в полной мере удовлетворяет приключенческий туризм. Часто приключенческий туризм перекликается со спортивным и экстремальными видами туризма.

Приключенческий туризм можно условно разделить на две части: приключенческие путешествия и приключенческий спорт<sup>1</sup>.

К приключенческому туризму относятся походные экспедиции, сафари-туры (охота, рыбалка, фотоохота и др.), кругосветное плавание (яхтинг). Есть туры на затонувшие корабли, потухшие вулканы или места катастроф самолетов, на руины зданий и т. д.

---

<sup>1</sup> Лойко О.Т. Приключенческий туризм. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/wB3q3Q>

В мире много людей, которые бы хотели совместить “приятное с полезным” и пережить настоящее приключение. В детстве многие смотрели фильмы про пиратов, мечтали отыскать карту сокровищ и заняться их поисками. Кладоискательство может быть именно тем приключением, где можно настоящим путешественником, кладоискателем или археологом, и, возможно, по-настоящему найти сокровища. Поиск сокровищ – отличный вариант для приключенческого туриста. Исследуя давно затонувшие корабли, можно наткнуться на действительно редкие и ценные вещи, например, на старинную посуду, монеты, а иногда даже на сундуки с сокровищами. Не исключено, что турист может обнаружить реликвии, которые представляют историческую ценность, и за которые многие музеи бы щедро заплатили. Осматривать подводные корабли, которые затонули во время пиратов, мировых войн и, даже уходя глубже в историю, очень интересно.

#### 5) Деловой

Деловой туризм – вид туризма, поездки которого совершаются с деловыми (коммерческими) целями сотрудниками компаний (организаций).

Можно сказать, что деловой туризм – один из древнейших видов туризма. Люди начали заниматься деловым туризмом, когда научились ходить, контактировать между собой. Они ходили друг к другу с целью обменять что-нибудь ненужное, на что-то полезное, наладить контакты, чтобы объединиться против врагов. Продолжили это занятия купцы, торговцы, дипломаты и многие другие. Сегодня деловые поездки это хорошо отлаженный механизм, которым занимается целая ветвь индустрии туризма.

Данный вид туризма объединяет корпоративную индустрию встреч и трэвел-индустрию, включая в себя командировки бизнесменов и предпринимателей, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм, проведение событийных мероприятий<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Деловой туризм. Черноземье Тур [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://che-tour.ru/delovoy-turizm>

Основные цели делового туризма:

- встречи и переговоры с партнёрами;
- установление деловых контактов;
- заключение сделок;
- повышение квалификации;
- посещения профессиональных мероприятий.

Деловой туризм является одним из важнейших условий успешного бизнеса и неотъемлемой частью жизни современного делового человека.

По мнению специалистов, деловой туризм является одной из самых быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. По их прогнозам, к 2020 году количество деловых поездок должно увеличиться в три раза<sup>1</sup>.

#### б) Религиозный

Религиозный туризм подразумевает собой поездки к священным и религиозным местам.

Религиозный туризм – один из древнейших видов туризма.

Религиозный туризм делится на 2 вида:

- паломнический;
- экскурсионно-познавательный религиозный.

Паломнический туризм обычно выбирают верующие люди, стремящиеся поклониться святым местам. Они отправляются в паломничества, когда им не хватает духовных ценностей в обыденной жизни. Паломничество символизирует, что человек готов пожертвовать материальными удобствами и благами во имя духовных.

«Паломником» путешественника, идущего поклониться религиозным святыням, справедливо называть только по отношению к православным христианам. В католической Европе таких путешественников называют «пилигрим». В исламе подобное явление называется «хадж», в буддизме

---

<sup>1</sup> Деловой туризм. Туризм в России [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/56-delovoj-turizm>

посещение мест, связанных с жизнью Будды, а также других святых и величайших мастеров этой религии, обозначается словом «кора»<sup>1</sup>.

Экскурсионно-познавательный религиозный туризм выбирают люди, желающие узнать что-то новое, увидеть религиозные объекты, принять участие в религиозных мероприятиях.

Причины и цели, с которыми люди отправляются в религиозный туризм:

- поиск смысла жизни;
- молитва за родных и близких;
- покаяние в грехах;
- исцеление от недугов;
- выражение благодарности высшим силам.

#### 7) Образовательный туризм

Образовательный туризм – туристская поездка с образовательной целью.

Может показаться, что образовательный туризм не так популярен, но это не так, его популярность стремительно растёт. Молодёжь во всём мире ездит в разные страны ради языковых программ, по программе обмена студентов, за новыми знаниями. Школьники и студенты являются основной аудиторией образовательного туризма.

Образовательный туризм очень популярен в Великобритании, США, Канаде, Австралии, Швейцарии, Норвегии и многих других странах. В странах зарубежья существуют образовательные организации, рассчитанные на российских школьников, которые совмещают опыт русской средней школы и западноевропейских систем.

Сегодня наиболее популярными стали следующие виды образовательного туризма<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Религиозный туризм. Туристический портал Tour52 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.tour52.ru/Vidy-otdyha/religios/>

<sup>2</sup> Образовательный туризм. Туризм в России [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/rekreazija/tsentr-2/zapad-mor/18-vidy-turizma/77-obrazovatelnyj-turizm>

- учебные поездки с целью изучения иностранного языка, тех или иных общеобразовательных или специальных предметов;
- ознакомительные поездки в учреждения, организации и предприятия;
- научные и учебные стажировки в учреждениях, организациях и на предприятиях;
- участие в семинарах, конференциях, съездах, конгрессах, творческих мастерских и мастер-классах, цель которых обмен опытом и получение новой профессионально важной информации;
- экскурсионно-ознакомительные путешествия по различным городам, природным зонам и странам.

#### 8) Экологический туризм

Экологический туризм предполагает отказ от привычных роскошных и комфортабельных номеров в отелях, электроники, транспортных средств и других изобретений человечества в пользу природных богатств, натуральных продуктов в рационе, а также естественности и единения с природой.

Это сравнительно молодое направление в туризме, которое стремительно набирает популярность.

Многие бы наверняка хотели поменять загруженные загазованные трассы на велосипедные тропы, душные офисы и ночные клубы на прогулки на свежем воздухе под звёздным небом, ванну и душевую на чистый горный ручей.

Экологический туризм позволяет окунуться в мир природы. Он повышает экологическую культуру путешественников, способствует охране природы и прививает любовь к природе.

Современный экологический туризм может преследовать разные цели, ввиду чего делится на несколько направлений<sup>1</sup>:

- научный – ориентирован на изучение природы, проведение полевых исследований, различных наблюдений;

---

<sup>1</sup> *Экотуризм* в мире: особенности и лучшие места. Турвопрос [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://turvopros.com/luchshie-mesta-dlya-ekoturizma-v-mire/>

- активный – пешие походы, альпинизм, велопоголки;
- исторический – поддерживает национальную самобытность, знакомит с культурными традициями;
- путешествие в природные резерваты – разного рода заповедники, национальные парки;
- агротуризм – наиболее актуален для жителей мегаполисов, которые отправляются в село, загородные домики, в лес и обучаются земледелию.

Какое же место занимает событийный туризм среди перечисленных видов туризма? Он не относится ни к одному перечисленному виду, но может вбирать лучшее из них в себя. Например, если турист поехал на «Октоберфест», то он также захватит нишу культурно-познавательного туризма, т.к. пока человек будет находиться на фестивале, он будет познавать культуру и обычаи Германии.

В мировой практике для обозначения термина «событийный туризм» используют термин «event tourism» (от англ. event–событие или специальное мероприятие). В русском языке используются такие варианты, как ивент-туризм или событийный туризм.

Среди зарубежных авторов проблемами событийного туризма занимались Д. Гетц, Дж. Ритчи, А. Вил, Р. Линч, Д. Беливо и другие. Среди российских исследователей можно выделить нескольких авторов, предложивших свою трактовку событийного туризма (табл. 1)<sup>1</sup>.

Таблица 1

Подходы к определению событийного туризма в трудах российских ученых

---

<sup>1</sup> Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2015. №7(18). Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307>



Авторы	Определение
М.Б. Биржаков	«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением» <sup>1</sup> .
Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова	«Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием» <sup>2</sup> .
С.С. Никитина, М.В. Зинченко	«Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара» <sup>3</sup> .
Т.В. Фролова	«Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия» <sup>4</sup> .
О.В. Алексеева	«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации» <sup>5</sup> .
Е.А. Лакомов	«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» <sup>6</sup> .

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

<sup>1</sup> Биржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. 2000. № 23. С. 94–111.

<sup>2</sup> Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. № 6. С. 116-119.

<sup>3</sup> Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». Томск: 5-6 апреля 2012 г. С. 81-84.

<sup>4</sup> Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 / [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm)

<sup>5</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. канд. экон. наук. М.: 2012. 24 с.

<sup>6</sup> Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. канд. экон. наук. М.: 2013. 28 с.

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

Событийный туризм – относительно молодое и весьма интересное направление. Необыкновенные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и возможность быть участником самых захватывающих мероприятий мира. Событийный туризм даёт возможность окунуться в атмосферу красочного карнавала, зажигательного концерта и просто подарить незабываемые впечатления. Отличительная особенность событийного туризма – масса ярких и незабываемых моментов.

В мире происходит множество интересных событий, увидеть которые – огромное удовольствие для каждого любителя путешествий.

Целевой аудиторией событийного туризма, по мнению А.В. Бабкина являются «... обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар»<sup>1</sup>. Однако, это определение характеризует аудиторию, которая посещает какие-то закрытые мероприятия, аукционы или показ мод, то есть респектабельных людей. Если обратиться к массовым мероприятиям, например, индийский фестиваль «Кумбха Мела», то к этому дню в одном месте собирается около 30-50 миллионов индусов со всего мира, многие из которых относятся к людям, скорее, обеспеченным ниже среднего уровня. Поэтому, можно сказать, что целевая аудитория зависит от места и типа проводимого мероприятия.

Событийный туризм может длиться от нескольких дней до недели. Также данный вид туризма имеет чёткую сегментацию потребителя туристского

---

<sup>1</sup> *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm)

продукта по национальным, религиозным, возрастным, гендерным и иным различиям<sup>1</sup>.

Частота проведения мероприятий в событийном туризме может варьироваться. Некоторые события являются одноразовыми (выставки, концерты), празднования каких-либо юбилейных дат (исторических или дней рождений знаменитостей); другие события носят регулярный характер, хотя и имеют самую разную частоту (карнавал в Рио-де-Жанейро, Чемпионат мира по футболу).

Туроператоры, занимающиеся событийным туризмом, стараются совместить какие-либо события с данным направлением. Если, например, туристы желают посетить яркое мероприятие при ночном небе, то ему могут предложить «Фестиваль света» в Японии или «Праздник фонарей Юаньсяоцзе» в Китае. Если они хотят посетить великосветские мероприятия с участием мировых звезд шоу-бизнеса и кино, посетить более изысканные мероприятия, то ему могут порекомендовать Францию или США.

Событийный туризм можно классифицировать по тематике и масштабу события. В событийном туризме можно выделить множество разнообразных тематических событий:

1. Национальные праздники и фестивали. Например, день независимости (любой страны), международный фестиваль воздушных змеев (Вэйфань, Китай), фестиваль огня (Люксембург), праздник лета «Ысыхак» (Якутия), фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания), фестиваль культур в Берлине (Германия).

2. Фестивали кино и театра. Например, Каанский кинофестиваль (Франция), кинофестиваль в Торонто (Канада), кинофестиваль «Кинотавр» (Сочи, Россия), театрализованный фестиваль «Spielart» (Мюнхен, Германия), кинопремия «Сатурн» (США).

---

<sup>1</sup> *Теоретические аспекты событийного туризма.* Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/vQ342r>

3. Музыкальные фестивали и конкурсы. Например, фестиваль джаза в Стокгольме (Швеция), фестиваль поп музыки «Pink Pop» (Ландграф, Нидерланды), музыкальный конкурс «Евровидение», музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского (Москва), фестиваль музыки и искусств «Коачелла» (США), музыкальный фестиваль «OpenAir» (Фрауэнфельд, Швейцария).

4. Театрализованные шоу. Например, шоу «Lord of the Dance» (Великобритания), фестиваль «Цирк будущего» (Париж, Франция), праздник на льду, шоу «Romanza» (Вена, Австрия).

5. Модные показы. Например, New York Fashion Week (Нью-Йорк, США), Ready to Wear (Париж, Франция), Men's Fashion (Париж, Франция); Milano Moda Donna (Милан, Италия).

6. Аукционы. Например, аукцион «Сотбис» (Нью-Йорк, США); аукцион «Кристис» (Лондон, США; Нью-Йорк, США); аукцион «Друо» (Париж, Франция); аукцион недвижимости (Москва, Россия).

7. Гастрономические фестивали. Например, международный фестиваль пива (Берлин, Германия), праздник молодого вина «Божоле Нуво» (Франция), фестиваль морепродуктов (О-Гров, Испания), Октоберфест (Мюнхен, Германия), международный гастрономический фестиваль «Фуд-шоу» (Москва, Россия).

8. Спортивные события. Например, Олимпийские игры, автогонки «Формула 1», автогонки «NASCAR», чемпионат мира по футболу, лига чемпионов УЕФА, лига Европы УЕФА.

9. Международные технические салоны. Например, авиасалон в Ле Бурже (Париж, Франция), авиасалон в Чжухае (Китай), Женевский автосалон (Швейцария), выставка яхт и катеров (Сидней, Австралия), Венское автошоу (Австрия).

10. Выставки, экспо. Например, выставка индустрии компьютерных игр «Electronic Entertainment Expo» (Лос-Анджелес, США), Consumer Electronics Show (Лас-Вегас, США), выставка-конференция IT технологий «IT Show» (Сингапур), выставка цифровых технологий «CeBIT» (Ганновер, Германия),

выставка светодиодных технологий «LED Next Stage» (Токио, Япония), выставка компьютерных и видеоигр «Игромир» (Москва, Россия).

Событийный туризм по масштабу события может быть международного, национального, а также регионального уровней.

По функциональной направленности событийный туризм может быть конгрессный, фестиваль, спортивный, международный выставочный и ярмарочный, развлекательный, а также познавательный.

Положительные черты событийного туризма:

1. Всесезонность. Многие страны, не зависимо от времени года, организуют события для постоянного привлечения туриста, например, не только в «высокий сезон», но в «низкий» или, как его еще называют, – «мёртвый». Так, в Италии, в конце января проводится «Венецианский карнавал», в феврале – карнавал «Апельсиновое сражение», в апреле – фестиваль «Основание Рима», в июле – фестиваль «Феста дель Реденторе», в октябре проходит «Фестиваль шоколада в Перудже», а в ноябре – «Фестиваль белых трюфелей в Сан-Миниато».

2. Экономическая привлекательность для организаторов. Это касается стран, в которых стабильная экономика и инфраструктура. Среди самых популярных событий – Чемпионат мира по футболу и Олимпиады. Эти события – рентабельный бизнес, позволяющий заработать огромную прибыль странам, которые проводят данные мероприятия. Например, чистая прибыль от проведения Олимпийских игр в Турине 2006 года составила – 265 миллионов евро<sup>1</sup>. Футбольной организации «ФИФА» чемпионат мира по футболу 2014 года в Бразилии принёс рекордную прибыль в размере 3.3 млрд евро<sup>2</sup>.

3. Постоянное обновление предложений. Туристы, посещающие те или иные регионы, являются потенциальными потребителями других видов

---

<sup>1</sup> Турин 2006. Спортивная Россия - отраслевой агрегатор [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.infosport.ru/olympic-games/turin-2006>

<sup>2</sup> Лихтербек Ф. После ЧМ-2014 – рекордная прибыль ФИФА и убытки Бразилии. ИноСМИ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/RDYNC4>

туризма, распространенных в данной местности. Это приводит к расширению предложений и увеличению спроса на дополнительные услуги.

4. Неисчерпаемость. Отличительная его особенность заключается в том, что он ежегодно пополняется новыми фестивалями и мероприятиями, которые начинают проводиться на регулярной основе.

5. Чётко установленное время. У событийного туризма чёткая привязка дат поездок к срокам проведения мероприятий. Вероятность, что мероприятие будет отменено или перенесено крайне мала.

6. Положительное влияние событийного туризма на развитие территории. Благодаря различным мероприятиям туристы едут в регионы, которые обычно не могут рассчитывать на их внимание.

Минусы и трудности событийного туризма:

1. Стоимость. Многие мероприятия проходят в других странах, из-за чего они выходят весьма недешево. Чтобы турист смог позволить себе событийный тур, его доход быть должен выше среднего. Некоторые события могут себе позволить посетить лишь люди с высоким доходом. Если событие проходить в США, то цены сразу же редко взлетают, потому что только слетать туда и обратно обойдётся туристу в кругленькую сумму – около 100000 рублей.

2. Языковой барьер. Если, например, пляжный отдых не обязывает знание иностранного языка, т.к. во многих случаях есть тот же русскоговорящий персонал, то, если турист отправляется на какое-нибудь мероприятие за границу, то там могут фигурировать не только английский язык, но и немецкий, французский и т.д. Знание иностранного языка важный фактор в событийном туризме.

3. Чёткая привязка дат поездок к срокам проведения мероприятий. Это может создавать определённые трудности в связи с обеспечением одновременно большого количества транспортом, местами размещения и т.п. Во время проведения крупного мероприятия, например, Чемпионат мира по футболу, является достаточно недешевым и ограниченным по общему

количеству мест<sup>1</sup>. Поэтому некоторые страны, в целях организации дополнительных средств размещения и удешевления туров предлагают альтернативные средства размещения.

4. Непредсказуемость стабильности спроса. Невозможно точно предсказать стабильность спроса на новое событие, а также учесть все составляющие его проведения. Многообразие событий обязывает организаторов каждый раз придумывать новые способы привлечения публики. Обеспечение безопасности, размещение гостей и создание максимального комфорта для отдыхающих - все это требует значительных вложений<sup>2</sup>.

Таким образом, событийный туризм – это относительно молодое и перспективное направление развития туристской отрасли. Уникальность и привлекательность событийного тура в сочетании с традиционным отдыхом и участием в самых зрелищных мероприятиях планеты, позволяет сделать его достаточно популярным. Ключевая особенность событийного туризма – большой выбор направлений и множество неповторимых моментов. Такие поездки остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни.

Далее подробнее рассмотрим событийный туризм на примере различных мероприятий и фестивалей.

---

<sup>1</sup> *Организационные основы тематического и событийного туризма.* Интернет помощник [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://helpiks.org/8-58622.html>

<sup>2</sup> *Тенденции развития событийного туризма в мире.* Транстур Тревел [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/yLSyue>

## 2. ФЕСТИВАЛЬ «COMIC-CON» КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Событийный туризм очень развит за рубежом. Например, одними из самых популярных и посещаемых мероприятий можно назвать карнавал в Рио-де-Жанейро и Чемпионат мира по футболу.

Карнавал в Рио-де-Жанейро в 2017 году установил рекорд по числу зрителей и участников. В том году мероприятие посетили почти 6 млн человек, а в 2016 году на карнавале было 4,75 млн участников. По заказу мэрии был проведён опрос среди иностранных туристов, в котором 94% заявили, что намерены вновь посетить Рио-де-Жанейро<sup>1</sup>.

Чемпионат мира по футболу 2014 в Бразилии занял второе место по среднему посещаемости за всю историю турниров. Средняя посещаемость матчей в Бразилии составляла 52762 зрителя. Это на 271 человека больше, чем собрал немецкий чемпионат мира 2006 года. Рекорд посещаемости принадлежит чемпионату мира – 1994 года, который прошёл в США: тогда матчи в среднем посещали 68991 зрителей<sup>2</sup>.

Если говорить о фестивалях как о направлении событийного туризма, то ни в одном из энциклопедических изданий или монографических исследований в области исполнительских искусств нет развернутого определения фестиваля как организационно-художественной формы театральной или музыкальной деятельности. Единственное определение этого термина дает словарь русского языка С.И. Ожегова: «Фестиваль - широкая общественная, праздничная встреча, сопровождаемая смотром достижений каких-нибудь видов искусств»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> *Карнавал* в Рио-де-Жанейро установил новый рекорд по числу зрителей и участников. ТАСС [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/4075738>

<sup>2</sup> *Футбольный ЧМ-2014* вышел на второе место по посещаемости за всю историю. НТВ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.ntv.ru/novosti/1107156/>

<sup>3</sup> *Общая характеристика фестиваля*. Массовая культура [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.culturemass.ru/lemas-843-1.html>



Отличие музыкального фестиваля от обычного концерта – фестиваль представляет собой серию событий, объединенных общей идеей или стилем музыки. В отличие от концертов, которые, как правило, длятся несколько часов, фестивали легко могут продолжаться на протяжении нескольких дней.

Фестивали являются самым популярным направлением на рынке событийного туризма, что совсем неудивительно. Фестиваль – это буря эмоций, новые знакомства, познание чего-то нового и просто отличное место для проведения досуга.

Первые фестивали были музыкальной направленности, и зародились они в Англии. Из года в год популярность фестивалей только возрастала и в настоящее время можно говорить о целой индустрии фестивальной деятельности с широким спектром направлений<sup>1</sup>.

Классификация фестивалей по видам носит условный характер, т.к. сегодня фестивали имеют смешанный характер из-за многообразия событий составляющих его.

В зависимости от времени и места проведения фестивали могут быть сезонные, закрытые (проводятся на закрытых площадках) и открытые (проводятся под «открытым небом»).

В зависимости от масштаба проведения фестивали подразделяются на этнические, городские, областные, региональные, всероссийские, международные и межкультурные.

В зависимости от идейной направленности:

– профессиональные (фестивали по профессиональной направленности, могут быть посвящены новым технологиям, используемым в профессиональной сфере - PR технологии, рекламные приемы, и т.д.)

– исторические, ретроспективные (воссоздающие историческое событие, эпоху, легенды и обряды местности, на которых этот фестиваль проводится). Примером могут служить фестиваль средневековья в Старой

---

<sup>1</sup> Черемных М. Как организовать фестиваль? Инструкция к применению. ШколаЖизни.ру [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/Np5TLN>

Ладоге, фестиваль викингов в Финляндии, фестиваль саамов в п. Ловозеро, и т.п.

– фестивали современных технологий (демонстрация лучших достижений в области развития техники, транспорта, компьютерных технологий). Примером является британский фестиваль машин, канадский фестиваль «Arcadia», посвященный компьютерным технологиям, международный фестиваль мультипликации в Бразилии<sup>1</sup>.

В зависимости от основной аудитории фестивали бывают всеобщие, категорийные, юношеские и детские.

Фестивали можно разделить на:

1. Национальные фестивали. Они зачастую связаны с историческими событиями стран. Например, начало «Венецианскому карнавалу» положило чествование юношей, отбивших у хорватских пиратов украденных подруг.

2. Фестивали театра и кино. Кинофестивали всегда были популярны и пользуются большим интересом у туристов. Например, Каннский фестиваль или Берлинский фестиваль, награждающий режиссеров, чье творчество оценил мировой кинозритель.

3. Музыкальные фестивали и конкурсы. Подобные фестивали всегда вызывают бурю эмоций и позволяют ознакомиться с самыми разными музыкальными коллективами мира. Например, фестиваль музыки и искусств «Коачелла» и музыкальный конкурс «Евровидение».

4. Театрализованные фестивали. Они являются особым видом социально-культурной деятельности с постоянно возрастающим спросом. Например, фестиваль современного искусства «Burning Man».

5. Гастрономические фестивали. Благодаря подобным фестивалям можно насладиться кухней другого государства. Главное в таких фестивалях – понять и насладиться местными рецептами, понять культуру приготовления национальной еды. Например, международный фестиваль пива в Берлине.

---

<sup>1</sup> *Типология фестивалей. Формы проведения фестивалей и праздников народного творчества.* Vilzit [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/xdLgFK>

б. Фестивали, конвенции, посвящённые каким-либо современным культурам. Сегодня существует великое множество фестивалей и конвенций комиксов, посвящённых аниме, манге, комиксам, фильмам, играм и т.д. Ежегодно число подобных проводимых мероприятий только растёт. Даже в самых маленьких городах фанаты поп-культуры организуют подобные фестивали, где находят много знакомых, делятся впечатлениями и занимаются косплеем<sup>1</sup>. Собственно говоря, косплей является одной из главных причин существования подобных фестивалей, где люди могут стать своими любимыми персонажами. Например, San Diego Comic-Con International и AnimeFest.

Фестиваль Comic-Con в Сан-Диего по праву является одним из самых интересных и посещаемых мероприятий мира.

San Diego Comic-Con International (сокр. Comic-Con) – ежегодный международный фестиваль, который проходит в Сан-Диего с 1970 года.

Comic-Con International – организация, которая, помимо Comic-Con, занимается выставкой комиксов, а также проводит фестивали научной фантастики и фильмов «WonderCon» и «Alternative Press Expo», на которых выставляются комиксы, изданные небольшими издательствами.

Comic-Con в Сан-Диего является, пожалуй, крупнейшей фан-конвенцией, посвящённой поп-культуре, комиксам, сериалам и фильмам, и многому другому, с которым может соперничать только Comic-Con в Нью-Йорке. Фестиваль традиционного проходит четыре летних дня с четверга по воскресенье в середине-двадцатых числах июля.

Фестиваль основали Шел Дорфом, Ричард Альфом, Кен Крюгер и Майк Тоури в 1970 году. Шел Дорф переехал в Сан-Диего и решил устроить первый в Южной Калифорнии съезд любителей комиксов. Он заручился поддержкой

---

<sup>1</sup> *Аташена К.* Косплей как стиль жизни. Мир фантастики и фэнтези [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.mirf.ru/geek/kospley-что-такое>

владельца магазина комиксов Ричарда Альфа и издателя Кена Крюгера, с которыми он создал San Diego's Golden State Comic-Con<sup>1</sup>.

Создатели не собирались ограничиваться одними комиксами и планировали включить и другие элементы массовой культуры, то же кино и научно-фантастическую/фэнтези литературу.

В 1972 году название фестиваля сменили на «San Diego's West Coast Comic-Con», а в 1973 – уже на более привычное «San Diego Comic-Con».

В 1974 году фанаты решили устроить «бал-маскарад», после чего стало развиваться движение косплея. Термин «косплей» образован из сокращённого costume play – «костюмированная игра». Также некоторые ошибочно полагают, что из-за большой популярности косплея в Японии, косплей – исконно азиатское хобби.

Фестиваль менялся, развивался, росла аудитория и всё больше приглашались именитые люди. В 1982 году на логотипе фестиваля появился тукан, который присутствовал на нём по 1995 год, на котором появился знаменитый глаз, присутствующий на логотипах Comic-Con по сей день.

В 2000 году после выхода фильма «Люди X» Comic-Con стал местом для освещения новинок кино. Благодаря успеху фильма крупные студии обратили своё внимание на этот фестиваль, после чего теперь каждый год зрители получают эксклюзивную информацию о новинках проката. Кроме того, кино также послужило популяризацией самого мероприятия.

В 2004 году на фестивале дебютировал сериал «Остаться в живых», где прошёл предварительный просмотр пилотных серий перед его мировой премьерой. Панели сериала появлялись каждый год вплоть до 2009 года<sup>2</sup>. Сериал послужил ещё большей популяризацией Comic-Con.

---

<sup>1</sup> Щербинина О. История развития Comic-Con International: San Diego. SpiderMedia.ru [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://spidermedia.ru/articles/istoriya-razvitiya-comic-con-international-san-diego-0>

<sup>2</sup> Международная конференция комиксов в Сан-Диего. Лостпедия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://goo.gl/vcY3eQ>

В связи с последними событиями в мире киноиндустрии, которые переместили героев комиксов с обложек журналов на масштабные киноэкраны с применением современных и революционных средств кинематографа, Comic-Con как никогда актуален.

В 2018 году Comic-Con пройдет в сорок восьмой раз. Его посетят крупнейшие компании, киностудии и телеканалы: Marvel Comics, Marvel Studios, DC Comics, Warner Bros., Netflix, Walt Disney Animation и многие другие. На фестивале компании будут радовать зрителей новыми кадрами, трейлерами и анонсами своих проектов.

На Comic-Con традиционно происходит множество интересных ивентов – от презентаций супергеройских блокбастеров Marvel и DC, до панелей сериалов «Игры престолов», «Сверхъестественного» и «Ходячих мертвецов»<sup>1</sup>.

Программа фестиваля также охватывает всевозможные мастер-классы от ведущих деятелей культуры США и мира, различные тематические конференции и, конечно же, кинофестиваль. Кинофестиваль – это отдельная тема для разговора. Здесь представлены все современные картины-блокбастеры мировой культуры, именно поэтому для любителей современных киноэпопей и различных саг данная локация является излюбленной.

Для проведения фестиваля привлекаются самые любимые и популярные актёры и ведущие. На сцену для представления презентаций приглашаются мировые деятели киноискусства, литературы, шоу-бизнеса, в их число входят как уже получившие признание и популярность актёры Голливуда, так и стремительно набирающие популярность молодые актёры.

Начиная с 1974 года организация Comic-Con International имеет честь вручать премию «Inkpot Award» всем профессионалам в области комиксов, анимации, научной фантастики и смежных областей. Здесь же вручается американская премия Айснера за достижения в сфере комиксов<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> *Comic Con* в Сан-Диего 2017: расписание самых интересных ивентов. ПопКорнNews [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/6eDj6t>

<sup>2</sup> *Международный фестиваль Comic-Con*: описание, фото, видео. Reading [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://reading.com.ua/kultura/festival-comic-con-opisanie-foto-video>

Comic-Con можно назвать «прадедушкой» всех комикс-фестов, который ежегодно превращает Сан-Диего в место паломничества преданных фанатов фантастики со всех концов света.

Большие развлекательные ярмарки, целиком посвященные «фантастической» поп-культуре – комиксам, играм, книгам, фильмам по мотивам научной фантастики и фэнтези – проходят сегодня в крупных городах всех континентов мира. Все подобные мероприятия в России, Японии, Арабских Эмиратах или Италии ведут свое происхождение из одного источника. И хотя первый Comic-con был проведен в Нью-Йорке еще в 1964 году, мировую известность получил крупнейший фестиваль Comic-Con International или San Diego Comic-Con (SDCC), проходящий с 1970 года во втором по численности населения городе штата Калифорния<sup>1</sup>.

По иронии судьбы, в последние несколько лет Нью-Йоркский Comic-Con вновь вернул себе звание самого посещаемого поп-культурно фестиваля США. Однако Comic-Con International остается одной из центральных выставочных площадок для презентации продуктов крупнейших кинокомпаний, издательств и развлекательных корпораций мира. Каждый сезон ярмарку посещает более 130000 человек. В 2015 году посещаемость Comic-Con составила 167000 человек<sup>2</sup>.

Разработка событийных туров имеет свои особенности. Выделяют различные черты событийных туров, из которых получается картина отличительных характеристик событийного туризма (рис. 1)

---

<sup>1</sup> *Фестиваль Comic-Con International в Сан-Диего.* Travelcalendar [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://travelcalendar.ru/festival-comic-con-international-v-san-diego>

<sup>2</sup> *How the security team at Comic-Con works to keep fans safe.* Los Angeles Daily News [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/ahPGi3>

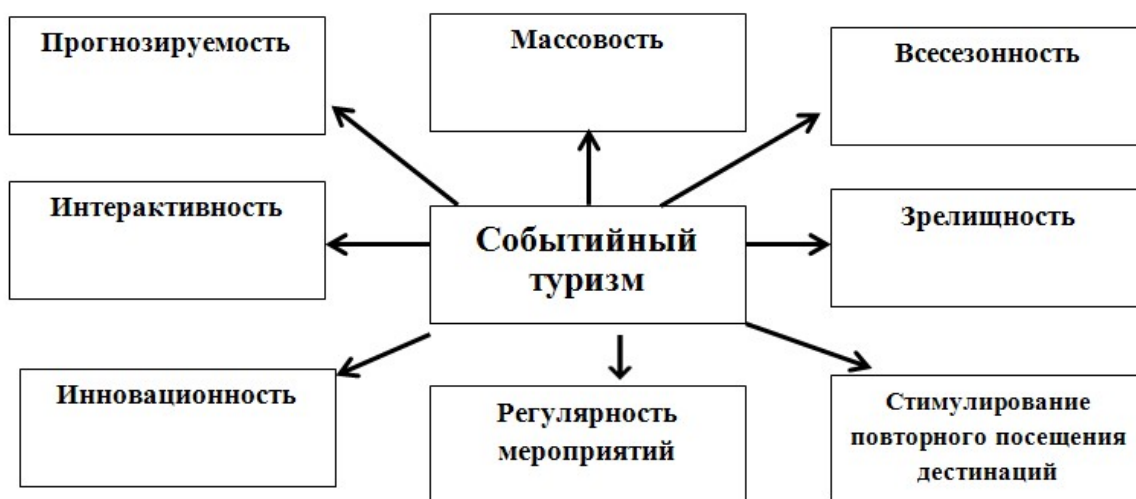


Рис. 1 Характеристики событийного туризма

В силу вышеуказанных характеристик событийные туры имеют определенные преимущества для развития в регионе по сравнению с другими видами туризма<sup>1</sup>:

1. Событийные туры способны привлечь в регион большой поток туристов.
2. Событийные туры помогают решить проблему сезонности.
3. Время пребывания туристов в регионе увеличивается (если мероприятие продолжительное).
4. Событийные туры отражают интересы разных целевых аудиторий.
5. Данные туры не требуют наличия на территории естественных природных ресурсов.

Кроме того, по мнению специалистов, событийный туризм выгоден для развития на территории, даже не обладающей уникальными туристскими ресурсами<sup>2</sup>. Согласно исследователям, событийный туризм выступает

<sup>1</sup> Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2015. № 7(18). Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307>

<sup>2</sup> Воронин А.Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации / А.Н. Воронин, И.В. Крылова, Г.А. Громова // *Вестник НАТ.* 2012. № 2. С. 40-43.

эффективным инструментом развития в условиях экономического кризиса<sup>1</sup>. Также успешно проведенные мероприятия положительно влияют на имидж территории за ее пределами

Целями формирования событийных туров являются расширение ассортимента и направлений туров, а также решение проблем сезонности, путём стимулирования спроса интересными ивентами. Благодаря различным событиям у туроператоров и турфирм всегда есть что предложить туристам. Событийные туры помогают заполнять пустующие сезоны, например, весну и осень, когда направлений и вариантов отдыха не так много, а также поддерживать разнообразие направлений летом и зимой. Хотя спрос на событийные туры и не велик, но они приносят большую выручку, т.к. стоят дороже тех же пляжных туров.

Успешность разработки и развития событийных туров зависит от существующей системы стратегического планирования событийных мероприятий. Способы, подходы разработки и реализации зависят от того, на что направлено создание событийного тура, в каком месте оно будет реализовываться, и кто будет принимать в нём участие.

При составлении любого событийного тура учитываются такие факторы, как расположение гостиницы, её архитектура, интерьер номеров, наличие ресторанов и пунктов питания, наличие магазинов, достопримечательностей, доставка к месту события, услуги гида, переводчика. От данных условий зависит стоимость тура.

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков. Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из

---

<sup>1</sup> Власова Т.И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ. 2015. № 1. С. 38-40.



случайных переходят в разряд регулярных. Прочное место в событийном туризме заняла Олимпиада - летние и зимние Олимпийские игры. В настоящее время крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются «карнавальные» туры.

При организации «карнавальных» туров следует учитывать целый ряд требований туристов<sup>1</sup>:

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

Выставки, ярмарки и туристские биржи являются важным звеном туристской деятельности в сфере продвижения туристского продукта.

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

Разработка событийного тура – сложный процесс, состоящий из разработки множества компонентов<sup>2</sup>.

Этапы разработки событийного тура:

1. Определение цели.
2. Определение рамочных условий. Например, анализ продукции/конкурентов, сопоставительный анализ, региональный анализ/синергии (имеющаяся продукция, варианты для сотрудничества,

---

<sup>1</sup> *Событийный туризм. Путешествия и туризм* [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/j9aieE>

<sup>2</sup> *Технология разработки событийных туров. Студенческая библиотека онлайн* [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/ZP8AET>

уникальные свойства собственной продукции), наблюдение за тенденциями (интересы и спрос потребителей, поведение).

3. Определение услуг.

4. Установление цены.

Разработкой нового продукта в индустрии событийного туризма успешно занимаются те туристские компании, которые установили формальные процедуры для разработки, точнее – это крупные корпорации, имеющие системные программы разработки туристского продукта.

Разработка нового продукта происходит в несколько этапов. Сначала компании формулируют стратегию разработки туристского продукта, которая, в свою очередь, включает инновацию продукта, т.е. установление вида требуемого продукта, модификацию уже существующих продуктов, а также распределение ресурсов для создания продукта.

После определения стратегии начинается этап генерации идей. Многие фирмы для этого используют такие инструменты, как мозговая атака, матрицы поиска, морфологический анализ и др. Затем идеи превращаются в концепции, которые проходят обсуждение у потенциальных клиентов и утверждаются.

Следующий этап разработки продукта туристскими фирмами – это бизнес-анализ, когда прогнозируются первоначальные и повторные продажи, планируются цены и предполагаемая прибыль. Далее создается сам продукт, который проходит предварительное испытание на прочность.

По подсчетам Ростуризма, в 2010-2012 годах доля событийного туризма на российском рынке составляла всего один процент. В сравнении, такую же позицию занимал паломнический и экологический виды туризма, уступая даже сельскому (два процента). Однако в 2013–2014 годы доля событийного туризма, хоть и незначительно, но росла<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Заушицина Б. Раскрутить событие. Эксперт Online [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://expert.ru/siberia/2015/10/raskrutit-sobyitie/>

В исследовании Intesco Research Group «Бизнес-план туристического агентства (с финансовой моделью)» прогнозировалось<sup>1</sup>, что на этот вид туризма в 2015 году будет приходиться чуть более 1%.

Целевая аудитория – это обеспеченные путешественники, с доходами выше среднего уровня или компания, состоящая из нескольких пар.

Развитие событийного туризма – одна из общемировых тенденций. В системе мирового туристского развития ему на сегодняшний день отводится особое и значительное место. Во всей системе мирового туризма доля событийного туризма ежегодно увеличивается на 1,5%. Значительно изменилась и структура возрастного состава туристских потоков на события. Теперь доля путешествующих лиц до 30 лет занимает более 40 % событийных турпотоков. Эксперты связывают это с экономической стабильностью многих государств, в первую очередь, Европы. Как правило, чем выше экономическая стабильность в конкретной стране, тем больший процент молодых жителей этой страны имеют возможность и желание отправляться для посещения событий в другие государства<sup>2</sup>.

Согласно экспертной оценке специалистов турфирмы «Фонд Мира» и бюро путешествий «Крылья» спрос на событийные туры в их компаниях находится в районе 5% от общего объёма спроса и реализации туров.

Таким образом, можно сказать, что San Diego Comic-Con является центром гик-фестивалей и комикс-конвенций. Оно и не удивительно. Американская культура ещё со времён Второй мировой войны стало активно развиваться в направлении комиксов. Благодаря им появилось множество известных фильмов, сериалов, игр и многое другое, что для многих стало частью жизни. Комиксы и супергерои плотно закрепились в поп-культуре, по которой стало открываться много фестивалей посвященных данной тематике.

---

<sup>1</sup> Развитие событийного туризма в России. РБК Магазин Исследований [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/109/>

<sup>2</sup> Грушин М.Ю. Анализ развития событийного туризма в России, его функции, пути повышения эффективности событийных мероприятий // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т. 7. №2. С. 139-145.

Comic-Con служит этому отличным подтверждением и по праву считается одним из родоначальников комикс-конвенций. Также Comic-Con является ярким примером событийного туризма, потому как это полномасштабное и феерическое событие мирового значения.

Событийный туризм очень разнообразен и имеет огромный потенциал. Только в нём вы можете принять участие в красочном фестивале красок Холи в Индии, попробовать разные сорта пива на Октоберфесте, почувствовать себя настоящим викингом на празднике Апхеллио, посетить огромные просторы с множеством креативных и творческих людей на фестивале Burning Man, а также встретиться с любимыми актёрами и примерить на себе костюм супергероя на San Diego Comic-Con.

Позволить себе поездку на событие, правда, может не каждый, из-за стоимости, местонахождении и времени. Однако люди постепенно начинают обращать свой взгляд на более разнообразные и интересные способы проведения отпуска. Благодаря событийному туризму у туристов всегда будет большой и интересный выбор вариантов отдыха.

Далее рассмотрим результаты исследования, которое позволило выявить спрос на событийные туры и фестивали, а также представим разработку событийного тура на гик-фестиваль и комикс-конвенцию San Diego Comic-Con.

### 3. РАЗРАБОТКА ТУРА НА ФЕСТИВАЛЬ «COMIC-CON»

Прежде чем приступить к разработке тура было решено провести исследование с целью выявления потенциального спроса на событийные туры, включая фестиваль Comic-Con (См. Приложение 3). В мае 2018 года было проведено эмпирическое исследование (методом анкетирования), участие в котором приняли 1500 респондентов, являющимися подписчиками YouTube-канала «Silence Place», которые увлекаются современной поп- и гик-культурой (См. Приложение 4).

В опросе приняли участие респонденты в возрасте до 18 – 45 лет. Из них 56,3% - женщины и 43,7% - мужчины. Это соотношение связано в первую очередь с тем, что девушки более активно откликаются на фестивали наподобие Comic-Con и занимаются косплеем.

Распределение респондентов по возрасту – не менее важный показатель. По данному параметру картина выглядит следующим образом. Из таблицы 2 видно, что преобладают респонденты в возрасте от 19 до 24 лет.

Таблица 2

Показатели	%
До 18 лет	31,5
19-24 лет	52,8
25-32 лет	14,3
33-40 лет	1,3
41-45 лет	0,1
46 лет и более	0
Итого:	100

Респондентов до 18 лет вряд ли можно считать потенциальной аудиторией событийных туров по двум простым причинам – отсутствие денег и зависимость от родителей. Также можно предположить, что самыми платежеспособными являются респонденты в возрасте от 25-32 лет, т.к. они уже закончили обучение и имеют место работы.

Необходимо также рассмотреть социальный статус потенциальных туристов. Большую часть респондентов составляют учащиеся и студенты. На втором месте оказались специалисты с высшим образованием, не занимающие руководящую должность, а на третьем – безработные. Предприниматели составил 1,8%, а руководители предприятий - 1,5% респондентов (табл. 3).

Таблица 3

Социальный статус респондентов (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Учащийся / студент	66,2
Специалист с высшим образованием, не занимающий руководящую должность	15,1
Временно не занят / безработный	5
Квалифицированный рабочий	4
Служащий без высшего образования	2,4
Предприниматель	1,8
Неквалифицированный рабочий	1,7
Руководитель предприятия, организации, подразделения	1,5
Другое	1,3
Домохозяйка	0,8
Военнослужащий	0,2
Итого:	100

От уровня достатка респондента будет зависеть, сможет ли он позволить себе событийные туры. Поровну оказалось тех респондентов, которые иногда могут позволить себе крупную покупку (43,1%) и те, кому хватает на самое необходимое (43,2%). Вариант “ни в чём себе не отказываю” выбрали 4,5% (табл. 4).

Таблица 4

Уровень доходов респондентов (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Ни в чём себе не отказываю	4,5
Иногда могу позволить себе крупную покупку	43,1
Хватает на самое необходимое	43,2
Едва свожу конца с концами	4,3
Другое	4,9
Итого:	100

Не лишним будет знать, как часто респонденты ездят отдыхать. Никогда не путешествовал каждый пятый опрошенный (19,9%). Редко ездят отдыхать –

раз в несколько лет – 36,7%. Ездят раз в год или чаще 30% и 12,5% соответственно. Также вариант «Другое» выбрали 0.9% опрошенных.

При этом большинство опрошенных (80,2%) предпочитают отдыхать за рубежом.

Далее у респондентов узнали, какие виды туризма привлекают их больше всего (табл. 5).

Таблица 5

Привлекательные виды туризма (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Культурно-познавательный	69,2
Приключенческий	63,5
Пляжный	38,9
Событийный	38,1
Образовательный	21,8
Оздоровительный	15,3
Деловой	3,5
Другое	1,5
Итого:	100

Из таблицы 5 видно, что большая часть респондентов привлекают культурно-познавательный и приключенческий туризм. Событийный туризм привлекателен для 1/3 респондентов.

Далее было важно узнать, как респонденты обычно организуют своё путешествие (табл. 6).

Таблица 6

Организация путешествия (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Зависит от направления поездки	32,1
Организирую самостоятельно	30,4
Иногда через турфирму, иногда самостоятельно	25,1
Пользуюсь услугами турфирмы	10,9
Другое	0,9
Итого:	100

Как показала таблица 6, пользуются услугами турфирмы всего 10,9%. Своё путешествие самостоятельно организуют 30,4%, 32,1% - зависит от направления поездок, 25,1% – иногда через турфирму, иногда самостоятельно. Скорее всего, такие результаты являются следствием постановки вопроса.

Далее у респондентов узнали, какую сумму они готовы потратить на путешествие за рубеж (табл. 7).

Таблица 7

Сумма	%
Менее 20 тыс. рублей	10,1
21-35 тыс. рублей	28,1
36-50 тыс. рублей	28,1
50-70 тыс. рублей	19,5
70-100 тыс. рублей	8,4
Более 100 тыс. рублей	5,8
Итого:	100

Из таблицы 7 видно, что варианты ответов «21-35 тыс. рублей» и «36-50 тыс. рублей» преобладают и их выбрали одинаковое количество респондентов – 28,1%. Цифры являются достаточно стандартными по стране. Например, примерно такие суммы тратят среднестатистические туристы при посещении Турции.

Поскольку существенным фактором при разработке событийных туров является его востребованность, респондентам был задан соответствующие вопросы. На вопрос «Интересен ли вам событийный туризм?» положительно ответили 88,5%. На вопрос «Планируете ли Вы в будущем приобретать событийные туры?» положительно ответили 77,6%.

Если учесть, что 80, 2% респондентов предпочитают отдыхать за рубежом, 88,5% интересуются событийным туризмом, а 77,6% планируют приобретение событийных туров, то можно сказать, что количество потенциальных потребителей зарубежных событийных туров составляет около 77%.

Далее респондентам был задан вопрос «Путешествовали ли Вы по направлениям событийного туризма», на что большинство (82%) ответили отрицательно. Следовательно, желание пока не реализовано. Возможно, не в последнюю очередь из-за стоимости туров, их особенностей, а также отсутствия адекватного предложения от турфирм, т.к. из числа тех, кто уже



ездил в событийные туры, лишь 5,3% покупали эти туры в турфирмах, а 12,7% организовывали тур самостоятельно.

Далее у респондентов поинтересовались, какие события они бы хотели посетить в рамках событийного туризма (табл. 8).

Таблица 8

Желаемые события для посещения (в % к числу опрошенных)\*

События	%
San Diego Comic-Con (США, Сан-Диего)	69,6
фестиваль «Burning Man» (США, пустыня Блэк-Рок)	29,3
Electronic Entertainment Expo (Е3) (США, Лос-Анджелес)	28,8
музыкальный фестиваль «Коачелла» (США, Индио)	27,7
Игромир (Россия, Москва)	23,3
карнавал в Рио-де-Жанейро (Бразилия, Рио-де-Жанейро)	21,7
Октоберфест (Германия, Мюнхен)	20,3
Венецианский карнавал (Италия, Венеция)	16,9
День Святого Патрика (Ирландия, Дублин)	15,5
фестиваль белых ночей (Россия, Санкт-Петербург)	11,8
фестиваль небесных фонариков (Тайван, Пингси)	9,5
фестиваль огня (Шотландия, Леруик)	9,1
фестиваль снега и льда (Китай, Харбин)	6,9
Гластонбери (Англия, Гластонбери)	6,8
Другое	4,3
Ни одно из указанных	1,5
Итого:	303

\* Сумма процентов более 100, т.к. респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов

Как показали ответы, большинство выбрали Comic-Con – 69,6%, как один из нескольких вариантов событий, которые бы респонденты посетили в рамках событийного туризма. Благодаря результатам этого исследования, можно лучше понять, какие события актуальны и имеют потенциальный спрос у респондентов. Например, ближайшими конкурентами Comic-Con, в почти равной степени, являются фестиваль Burning Man (29,3%) и Electronic Entertainment Expo (28.8%). Стоит отметить, что самые востребованные события приходятся на США. Связано это с тем, что на США приходится множество интересных и значимых событий, которые хотят посетить люди по всему миру. Не лишним будет отметить, что на США приходятся крупнейшие музыкальные лейблы, киностудии, телевидение, самые известные компании, например, Google и Apple. Также, в США очень развитая индустрия

развлечений, которая приносит многомиллиардную прибыль. Все эти факторы увеличивают привлекательность страны в глазах туристов. Тем более ни для кого не секрет, что США известна тем, что туда едут за лучшей жизнью, за американской мечтой.

Далее у респондентов спросили, посещали ли они когда-нибудь гик-фестивали, косплей шоу и комикс-конвенции наподобие Comic-Con, на что большинство ответили отрицательно (75,6%). Объяснить это можно по-разному. Кто-то, скорее всего, ещё просто не успел посетить подобные события, кому-то не хватает средств, кто-то просто не заинтересован в подобных фестивалях, а у кого-то таких фестивалей в городе попросту нет.

Тем, кто успел посетить подобные события, был задан ряд сопутствующих вопросов (табл. 9), (табл. 10), (табл. 11).

Таблица 9

Частота посещения гик-фестивалей (в % к числу опрошенных)

Частота посещения	%
Раз в несколько лет	52,8
Раз в год	29,4
Несколько раз в год	9,5
Другое	8,3
Итого:	100

Из таблицы 9 видно, что около половины (52,8%) посещают подобные события раз в несколько лет. Подобную относительно небольшую статистику можно объяснить тем, что комикс-конвенции и косплей-фестивали появились в России не так давно, а также экономической ситуацией в стране. Каждый год появляются новые фестивали, однако и закрываются старые. Люди стараются посещать самые масштабные мероприятия, посвящённые комиксам и косплею, например, Comic-Con Russia, AVA Expo и Старкон.

Также, подобное количество можно объяснить на примере Екатеринбурга. До 2016 года в городе было немалое количество разных фестивалей посвящённых тематике комиксов, аниме и косплея. Стоит отметить, что сейчас большее значение таких фестивалей отдаётся именно косплею. Однако, начиная с 2016 года стали приостанавливать свою деятельность даже

самые крупные фестивали Екатеринбурга, например «RED U:CON», «E-CON» и «ГОТЭМ», из-за нехватки финансов. Следует упомянуть, что все эти фестивали устраивали одни и те же организаторы, а за весь 2017 год был проведён только один фестиваль современной поп-культуры, который называется «Ф3». К счастью, в 2018 году U:CON восстановит свою деятельность и пройдёт в сентябре.

Далее у респондентов узнали о причинах посещения гик-фестивалей и комикс-конвенций (табл. 10).

Таблица 10

Причины посещения гик-фестивалей (в % к числу опрошенных)\*

Причины посещения	%
Из-за головокружительной атмосферы происходящего	68,3
Из-за ярмарок и возможности купить разные комиксы и сувениры по любимым героям	60,5
Из-за именитых гостей	43,8
Из-за косплей шоу	31,2
Из-за возможности завести новые знакомства	20,7
Из-за возможности поиграть в игровой зоне и в настольные игры	15
Потому что являюсь косплеером или организатором таких мероприятий	8,8
Другое	2,7
Итого:	251

Как показали ответы респондентов, чаще всего гик-фестивали и комикс-конвенции посещают из-за ярмарок (60,5%) и головокружительной атмосферы происходящего (68,3%). Также 8,8% респондентов отметили, что являются косплеерами или организаторами таких мероприятий.

Более того, 94,1% респондентов хотели бы, чтобы в турфирмах появились туры на различные фестивали и конвенции за границу. Из этого следует, что турфирмам стоит обратить внимание на событийные туры. В мире происходит множество событий, на которые хотели бы попасть многие люди. Благодаря таким турам турфирма может не только получить приличную прибыль, но и получить хорошую рекламу и узнаваемость в глазах туристов.

Далее у респондентов узнали, воспользовались ли бы они услугами турфирмы или составили тур самостоятельно, если бы появилась возможно посетить Comic-Con в Сан-Диего (табл. 10).

Таблица 11

## Посещение Comic-Con (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Составлю самостоятельно	54,1
Воспользуюсь услугами турфирмы	41,2
Другое	4,7
Итого:	100

Из таблицы 11 видно, что чуть больше половины (54,1%) составят тур на Comic-Con самостоятельно. Однако нельзя утверждать, что все 54,1% составят его сами. На самостоятельное составление тура повлияют многие факторы, такие как наличие визы, знание английского, наличие опыта в составлении туров, а также способность грамотно расписать график тура. Если у туриста не будет визы, то ему придётся искать варианты, где можно было бы её получить. В России, на данный момент, с получением виз дела обстоят очень сложно. Время ожидания получения визы в США может достигать до года. Немногие смогут самостоятельно съездить в другую страну и пройти собеседование на получение визы. Также в варианте «другое» многие отмечали, что их выбор напрямую зависел бы от условий и цены тура в турфирме. В таких ситуациях турфирмам важно знать меру и балансировать в плане цена-качество. Если цены будут выше должного, то у них должны быть хорошие бонусы для туристов, которые бы оправдали высокую цену.

В заключение, у респондентов узнали, если бы они поставили цель посетить Comic-Con, стоимостью 110 тысяч рублей, то как скоро бы они на неё накопили (табл. 12).

Таблица 12

## Готовность приобрести тур (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Прямо сейчас могу приобрести данный тур	3,5
Смогу накопить на тур за полгода	14,8
Смогу накопить на тур за год	28,4
Смогу накопить на тур за два года	18,2

Смогу накопить за 3 года и больше	12,8
Накопить такую сумму и посетить Comic-Con не имею возможности в принципе	18,7
Другое	3,6
Итого:	100

Как показали ответы, 43,2% смогут накопить на посещение Comic-Con в течении года, не смогут накопить и посетить Comic-Con – 18,7%. Также 3,5% респондентов смогут приобрести тур прямо сейчас. Можно предположить, что 3.5% по большей части состоят из тех, чей социальный статус «руководитель организации» (1,5%) и «предприниматель» (1,7%).

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что большинству респондентов (88,5%) интересен событийный туризм, а также 77,6% планируют в будущем приобретать событийные туры. При этом, выяснилось, что 82% респондентов не путешествовали по направлениям событийного туризма.

Как предполагалось, большинство респондентов хотело бы в рамках событийного туризма посетить фестиваль Comic-Con, проходящий в Сан-Диего (69,6%). В то же время выяснилось, что посещали подобные фестивали и мероприятия только 24,4% респондентов.

Было выявлено, что 94,1% респондентов хотело бы, чтобы в турфирмах появились туры на различные фестивали и конвенции за границу. Однако, 54,1% заявили, что, если бы у них появилась возможность посетить Comic-Con, то они составили бы на него тур самостоятельно.

Также выяснилось, что, если бы респонденты поставили цель накопить и посетить Comic-Con, то 3,5% смогли бы сделать это прямо сейчас, а 43,2% смогли бы накопить на тур в течении года.

В итоге, исследование показывает, что есть определённая группа респондентов, которая была бы заинтересована в событийном туризме и фестивале Comic-Con. Чуть больше половины заявили, что составили бы тур самостоятельно, а также в «другое» респонденты указали, что их выбор между турфирмой и самостоятельной организацией тура зависел от условий турфирмы. Это показывает, что турфирме важно грамотно составить тур,

сделать его привлекательным в глаза потребителей, а также не превышать ценовые рамки выше допустимого.

Далее рассмотрим возможности разработки данного тура и охарактеризуем этапы его разработки.

Проанализируем тур с точки зрения турфирмы с помощью SWOT-анализа (табл. 13).

Таблица 13

SWOT-анализ тура на фестиваль Comic-Con

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Большая потенциальная клиентская база 2) Узнаваемый бренд фестиваля 3) Отсутствие предложений подобных туров у других компаний 4) Наличие эффективного канала продаж через интернет-гик-сообщество	1) Стоимость турпродукта 2) Затраты на продвижение и узнаваемость турпродукта 3) характеристики самого фестиваля: это событие проходит 1 раз в год, только в США, интересно только фанатам данного направления
Возможности	Угрозы
1) Расширение потенциальных клиентов среди молодёжи за счет популярности комиксов и их экранизаций 3) Сотрудничество турфирмы с крупнейшими сообществами поп-культуры 4) Возможность занять малочисленный рынок фестивальных направлений	1) Напряженные отношения между Россией и Америкой 2) Закрытие воздушного пространства между странами 3) Отказ и/или сложности в оформлении визы

Тур на Comic-Con рассчитан для двух людей, любителей современной поп- и гик-культуры. Программа тура включает в себя посещение международного ежегодного фестиваля «San Diego Comic-Con». Тур составлен на 18-24 июля 2018 года. Стоимость тура ориентируется на цены мая 2018, когда до фестиваля остаётся не так много времени. Цены постоянно меняются, поэтому итоговая стоимость может варьироваться.

Продолжительность: 7 дней

Стоимость:

- эконом вариант без визы ~ 203 460 р.
- эконом вариант с визой ~ 255 840 р. (См. Приложение 1, Табл. 1)
- дорогой вариант без визы ~ 260 940 р.
- дорогой вариант с визой ~ 318 000 р. (См. Приложение 1, Табл. 2)

В процессе турист может потратить ещё около 40000 рублей, в зависимости от его достатка и потребностей.

В стоимость эконома включено:

- перелёт осуществляется компанией «Аэрофлот» с пересадками Екатеринбург – Москва – Лос-Анджелес. Время полёта в Лос-Анджелес 27 часов 5 минут, обратно 12 часов 25 минут;
- трансфер аэропорт – вокзал, вокзал – отель и наоборот;
- билеты на поезд Лос-Анджелес – Сан-Диего и Сан-Диего – Лос-Анджелес. Время в пути около 3-х часов;
- проживание в хостеле «ITH Adventure Hostel San Diego»;
- завтрак в хостеле;
- медицинская страховка;
- билеты на Comic-Con.

Дополнительно оплачивается:

- оформление визы

Описание тура.

1 день. Прибытие в аэропорт Лос-Анджелеса. Трансфер от аэропорта до вокзала Лос-Анджелеса, из которого турист на поезде направляется на вокзал в Сан-Диего, после чего на такси добирается до хостела.

2 день. Завтракать туристы могут в зависимости от того, во сколько они планируют отправиться на Comic-Con. Фестиваль открывается с 06:00 утра и продолжается до 01:00 ночи следующего дня.

3 день. Завтрак, посещение Comic-Con'а.

4 день. Завтрак, посещение Comic-Con'а.

5 день. Завтрак, последний день проведения Comic-Con'а.

6 день. Завтрак, свободный день. Будут предложены интересные места, которые можно посетить, например, Парк Бальбоа или Белмонт Парк.

7 день. Завтрак, упаковка вещей и выезд из хостела. До вокзала можно будет заказать такси, либо пройти пешком, т.к. хостел располагается недалеко от вокзала. Трансфер из вокзала Сан-Диего на вокзал Лос-Анджелеса, от куда на автобусе туристы добираются в аэропорт. Вылет домой.

Была составлена программа тура, которая позволяет наглядно увидеть, когда и во сколько осуществляются перелёты, трансферы и т.д. (См. Приложение 2).

Авиабилет в Лос-Анджелес, а не в Сан-Диего был выбран по причине большой дороговизны билетов в Сан-Диего. Разница между билетами в эти города достигает 60 тысяч рублей<sup>1</sup>. Поэтому оптимальным вариантом был выбран авиабилет до Лос-Анджелеса, откуда туристы уже добираются в Сан-Диего на поезде.

Туристы прилетают в Лос-Анджелес, откуда на автобусе они едут до вокзала Лос-Анджелеса. Из этого вокзала они на поезде отправляются до вокзала в Сан-Диего. При прибытии на вокзал туристов ожидает такси, на котором они добираются до хостела. Вокзал и хостел находятся в девяти минутах ходьбы друг от друга, но т.к. туристы долгое время провели в пути, то отправлять их пешком будет неправильно, поэтому трансфером до хостела послужит такси.

Временное проживание в городах Америки обходится очень дорого. Стоимость номеров в обычном отеле или мотеле превышают привычные цены отелей в России. Разница может достигать в 5-10 раз. Особенно дорого проживать в центре города, поэтому многие менее дешевые варианты размещения находятся далеко за пределами города. Самым оптимальным, лучшим и доступным вариантом по критериям «расстояние до Comic-Con'a – стоимость – качество» был выбран хостел «ITH Adventure Hostel San Diego». Он располагается близко к центру города, что значительно упрощает возможность добраться до места, где проходит фестиваль. Также в отзывах

---

<sup>1</sup> *Авиабилет* Екатеринбург – Сан-Диего. Aviasales [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.aviasales.ru/search/SVX1707SAN24072>



сайта по бронированию отелей «TripAdvisor» российские туристы отмечали, что данный хостел является идеальным вариантом для тех, кто планирует поездку на Comic-Con<sup>1</sup>.

Для тех, у кого нет визы, сделана дополнительная опция её получения. Из-за сложных отношений между Россией и Америкой, чтобы получить визу даже в Москве нужно ждать около года. В Санкт-Петербурге, например, закрыли консульство США путём голосования в твиттере. В Екатеринбурге консульство то работает, то нет. Если оно работает, то время оформления визы может достигать 300 дней. По этим причинам люди ищут варианты оформления виз за границей. Среди оптимальных вариантов выделяют Киев, Прагу и Тбилиси. Однако, одним из самых лучших и недорогих вариантов для получения визы является Алматы. Ехать получать визу в Киев не самый лучший вариант из-за сложных отношений между Россией и Украиной. Прага является далеко не лучшим вариантом, потому что для её посещения нужна шенгенская виза, на оформление которой также уйдут деньги и время. Тбилиси не выгоден в том плане, что при посещении Грузии нужен загранпаспорт, а он нужен для оформления визы. Если оформление визы будет дольше нескольких дней, то турист попросту не сможет улететь обратно в Россию, ибо загранпаспорт нужно будет оставить в консульстве для оформления визы, а без него не улететь обратно домой. Поэтому, оптимальным вариантом, где можно было бы оформить визу, был выбран город Алматы, Казахстан. Алматы является хорошим вариантом, потому что посетить этот город и страну можно имея обычный паспорт. Также среди плюсов стоит отметить русскоязычное население и прохождение собеседования на русском языке.

Туристы прилетают в Алматы вечером 4 февраля, 5 февраля проходит собеседование на получение визы, после которого ему сразу скажут, одобрено или отказано ему в оформлении визы или нет. Оформление визы в Алматы около 3 дней, поэтому турист сможет запросить её отправку домой по почте.

---

<sup>1</sup> *Шикарное место для посетителя конвенций.* TripAdvisor [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/6Psj7J>

Предположительно, продажа и бронь билетов на тур будет происходить с августа по декабрь. За визами туристы отправляются в феврале, т.к. этот месяц цены на авиабилеты самые дешёвые. Возможно, при реализации тура в турфирме, длительность продажи билетов на тур увеличиться, а оформление виз будет происходить, например, в июне, дабы со времени оформления визы прошло меньше времени.

Все четыре дня на Comic-Con будут богаты на события, поэтому кроме него включать в программу тура что-либо другое нет смысла. В свободный день туристы смогут заняться тем, чем сами захотят. Наверняка они заведут новые знакомства, друзей, с которыми они захотят провести заключительный день тура, поэтому специально организовывать какие-либо экскурсии не нужно. Однако туристам будет предложен список мест, которые рекомендуется посетить, например, Парк Бальбоа и магазин комиксов «Comics-N-Stuff».

В процессе разработки было создано два варианта тура: экономный и дорогой. Отличия между ними заключаются в цене авиабилета до Лос-Анджелеса, стоимости проживания в Алматы и Сан-Диего. В экономном варианте тура авиабилет стоит 127 366 рублей и время перелёта до Лос-Анджелеса составляет 27 часов, а дорогой вариант авиабилета обойдётся в 143 462 рубля, зато время перелёта составит 17 часов 25 минут. В экономном варианте проживание в Алматы (во время получения визы) предусмотрено в хостеле и обойдётся в 682 рубля за 2 ночи. Хостел оформлен под супергеройскую тематику, что несомненно понравится туристам. Дорогой вариант проживания предусматривает трёхзвёздочный отель, который будет стоить 6 064 рубля за две ночи. Для экономного варианта проживания в Сан-Диего был подобран хостел, который является лучшим и самым дешёвым вариантом проживания в данном городе, котором стоит 28 016 рублей. В дорогом варианте для проживания был выбран двухзвёздочный мотель, который обойдётся туристам в 62 789 рублей.

Тур будет продвигаться в сотрудничестве с поп- и гик-сообществами во Вконтакте, каналами на YouTube, а также при помощи комикс-конвенций и косплей фестивалей, например, Comic-Con Russia и Старкон.

В свою очередь, у тура могут быть свои риски (табл. 14).

Таблица 14

Риски тура	
Риски	Описание
Валютный риск	Повышение курса доллара может препятствовать покупательской способности туристов
Коммерческий риск	Невозможность реализовать тур или снижение объёмов его реализации клиентам, отсутствие спроса.
Политический риск	Введение экономических ограничений между Россией и США, ухудшение отношений, русофобия.
Транспортный риск	Прекращение прямого авиасообщения между Россией и США
Визовый риск	Отказ в выдаче визы

Таким образом, каждый любитель поп- и гик-культуры хоть раз в жизни хотел оказаться на фестивалях подобных Comic-Con, увидеть красочные костюмы косплееров, примерить костюм супергероя или злодея, а также увидится с любимыми актёрами и режиссёрами. Сегодня такая возможность есть у каждого.

В мире всё большую популярность набирают комикс-конвенции и кинокомиксы. Посвященные им фестивали также разрастаются и появляются даже в самых маленьких городах.

Поклонники комиксов, манги, фильмов и всей поп-культуры едут на Comic-Con именно потому, что он является центром всех подобных фестивалей мира. Только там вы можете увидеть самых именитых актёров, режиссёров, авторов комиксов, презентации крупнейших киностудий, самых искусных косплееров, и многое другое, в одном месте и в таких масштабах. Программа Comic-Con'а настолько огромна и разнообразна, что фестивалей подобных ему, почти не существует.

Данное мероприятие и тур на него смело можно описать выражением «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Фанатов поп- и гик-культуры не мало, поэтому некоторые из них найдут возможность накопить средства и поехать в заветное для себя место.

Данные опроса позволяют сделать вывод о востребованности данного тура.

Вместе с тем у тура имеются свои сложности и слабые стороны. Его стоимость не позволяет ориентироваться на массовость, поэтому приобретать подобный тур будут небольшие группы людей. Прекращение прямого авиасообщения будет большой проблемой в реализации, потому что придётся искать альтернативные рейсы, что приведёт к повышению цены тура. Визы также могут стать преградой в реализации тура, но она решается грамотным прохождением собеседования.

Поэтому следует, что тур не будет сверхпопулярен у туристов из-за своей цены. Однако все проблемы преодолимы при правильной организации тура. Те, кто смогут позволить себе приобретение тура, несомненно получат немало ярких впечатлений.

#### 4. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Чтобы образовательный процесс был структурированным и полностью обеспеченным всеми необходимыми материалами, преподаватели и учителя готовят различные специфические документы, например, методическую разработку<sup>1</sup>.

Методическая разработка – пособие, в котором описываются различные методы организации образовательного процесса, формы и элементы педагогических технологий, которые могут пригодиться для проведения урока или курса в целом.

Подготавливать методическую разработку можно применительно к одному только уроку, теме или же целому курсу полностью. Также данное пособие может быть, как индивидуальной разработкой, так и коллективной.

Цель методической разработки – профессионально-педагогическое совершенствования преподавателя при подготовке занятий или курсов.

Методическая разработка может представлять собой:

- разработку конкретного урока;
- разработку серии уроков;
- разработку темы программы;
- разработку частной (авторской) методики преподавания предмета;
- разработку общей методики преподавания предметов;
- разработку новых форм, методов или средств обучения и воспитания;
- методические разработки, связанные с изменением материально-технических условия преподавания предмета.

---

<sup>1</sup> Татьяна С. Как написать методическую разработку? FB.ru [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/C8H2rM>

Пройденные темы, занятия и уроки принято закреплять проверкой знаний. Самым распространённым вариантом проверки и закрепления знаний является тестирование.

Сегодня тестирование (сокр. тест) встречается повсеместно, а также в областях далёких от образования.

Тест – это кратковременное задание, выполнение которого может служить показателем уровня развития некоторых психических функций и которое позволяет с известной вероятностью определить актуальный уровень развития у индивида необходимых навыков, знаний, личностных характеристик и т.д.<sup>1</sup>

В 1890 году американский психолог Джеймс Кеттел ввёл понятие «интеллектуальный тест». В то время тест скорее напоминал лабораторные опыты: испытуемые отвечали либо устно, либо выполняли действия с предметами.

В 1917 в Америке были разработаны новые тесты, где требовалось распределить солдат-новобранцев в разные рода войск, которые не обязательно было проводить именно квалифицированным психологам. Тесты были стандартизированы и проходили массово<sup>2</sup>

Тесты применяют во многих областях деятельности: психологии, программировании, медицине и т.д. Но чаще всего они ассоциируются с методом проверки знаний учащихся.

Традиционный тест представляет собой стандартизованный метод диагностики уровня и структуры подготовленности. В таком тесте все испытуемые отвечают на одни и те же задания, в одинаковое время, в одинаковых условиях и с одинаковыми правилами оценивания ответов. Главная цель применения традиционных тестов – установить уровень знаний. И на этой основе определить место (или рейтинг) каждого на заданном множестве

---

<sup>1</sup> *Методы* исследования-тест. Красноярская Мариинская женская гимназия-интернат [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/v1ZTGj>

<sup>2</sup> *Что* такое тест? Моё образование [Электронный ресурс]: Режим доступа: [https://moeobrazovanie.ru/chto\\_takoe\\_test.html](https://moeobrazovanie.ru/chto_takoe_test.html)

тестируемых испытуемых. Для достижения этой цели можно создать бесчисленное количество тестов, и все они могут соответствовать достижению поставленной задаче<sup>1</sup>.

Методом тестирования чаще других признаков проверяются знания, умения, навыки и представления. С точки зрения педагогических измерений полезно ввести два основных показателя качества знаний – уровень и структура знаний. Они оцениваются посредством регистрации оценок, как за знание, так и за незнание всех требуемых компонентов проверяемого материала. Для объективизации этого процесса все компоненты должны быть одинаковы. Одинаковыми являются и правила выставления оценок испытуемым. Эти условия открывают дорогу для объективного сравнения индивидуальных структур знания и не знания.

Тест состоит из заданий, которые выдаются учащимся, а также ключей к тесту или эталонов ответов, которые находятся у преподавателя.

Ключи к тесту – упорядоченные наборы правильных (а иногда неправильных) ответов на вопросы либо наборы ответов с оценками к вопросам или вариантам ответов на них для определения степени выраженности той или иной характеристики личности<sup>2</sup>.

Эталон – это правильный и полный ответ или метод выполнения заданной деятельности, который разрабатывается к тестовому заданию. Преподаватель сверяет ответы учащихся с эталоном или ключами к тесту и делает заключение о качестве выполнения тестового задания.

Требования к заданиям в тестовой форме:

1. Краткость. Задания всегда должны быть короче вопросов. Краткость позволяет добиться ясности содержания задания.

2. Логическая форма высказывания. Вопросы и ответы на них иногда делают столь непонятными и неопределёнными, что для понимания заданий и

---

<sup>1</sup> Канашина Е.М. Что такое тест. Использование тестов в учебном процессе [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://testobr.narod.ru/1.htm>

<sup>2</sup> Ключ к тесту. Национальная психологическая энциклопедия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://vocabulary.ru/termin/klyuch-k-testu.html>

выявления истинного ответа на него требуются большие временные и интеллектуальные затраты.

3. Правильность формы заданий. Форма заданий правильна, если она понятна для испытуемых и точно выражает содержание.

4. Одинаковость инструкции и правил оценки ответов. Правила оценки определяются заранее и абсолютно одинаково применяются ко всем испытуемым.

5. Адекватность инструкции, формировки и содержания заданий. Означает взаимное соответствие перечисленных компонентов, необходимое для выполнения заданием своей функции.

6. Правильность расположения элементов задания. Это является требованием, которое помогает испытуемым быстро определить место для ответа и зафиксировать его.

7. Наличие места для ответов. Является одним из внешних признаков задания в тестовой форме. В заданиях с выбором ответов – это код (цифры или буквы) требуемого ответа, из числа прилагаемых к каждому заданию<sup>1</sup>.

По типу ответов тестовые задания бывают открытой и закрытой формы. Задания открытой формы созданы таким образом, чтобы готовый ответ отсутствовал и его нужно было вписать самостоятельно. В заданиях открытой формы готовые ответы с выбором не даются. Испытуемый должен сам дописать ответ, который свидетельствует о наличии или отсутствии требуемых знаний. Задания открытой формы формулируются в виде утверждений, которые превращаются в истинное высказывание, если ответ правильный, и в ложное высказывание, если ответ неправильный.

Тестирование заданиями открытой формы начинается с инструкции «Дополнить», в соответствии с которой испытуемый на месте прочерка пишет ответ. Если задания этой формы следуют одно за другим, то инструкция пишется один раз на все задания.

---

<sup>1</sup> Блинов А.О. Тестовые задания и контроль эффективности обучения. Элитариум [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/pbPaxd>



С помощью заданий открытой формы удобно проверять знание названий, фактов, свойств, признаков, дат, причинно-следственных отношений. В заданиях открытой формы может применяться пропуск двух и более слов (или символов). Задание формулируется в виде утверждения, а не вопроса. Пропуск для ответа лучше делать как можно ближе к концу предложения.

Задания закрытой формы наиболее распространены в учебных заданиях. Они наиболее распространены в педагогике и психологии. Такие задания хорошо понимаются тестируемыми, а также относительно легко составляются.

Задания закрытой формы могут быть разных конструкций:

1. Выбрать один правильный вариант ответа. Логической основой этой конструкции является закон исключенного третьего, впервые сформулированный Аристотелем. Выбор правильного ответа дает истинное суждение, а выбор неправильного — ложное суждение. Третьего не дано. Из этого закона следует методическое правило: в каждом задании с выбором одного правильного ответа последний должен присутствовать, что придает однозначность замыслу самого задания и не допускает противоречивых толкований у испытуемых<sup>1</sup>.

2. Выбрать несколько правильных вариантов ответа. По содержанию они труднее, чем задания с выбором одного ответа. В этих заданиях используется только один принцип композиции — это принцип однородности ответов. Такие задания связаны с идеей проверки так называемых классификационных знаний, проверки знаний принадлежности отдельных видов или объектов к тому или иному роду, классу, виду, группе. Рассматриваемые задания позволяют выявлять отношение респондентов к различным явлениям в процессе проверки знаний.

3. Установить правильную последовательность. Такие задания позволяют не только проверить знания, умения и навыки по установлению

---

<sup>1</sup> Композиция заданий в тестовой форме. Студенческая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://students-library.com/library/read/57457-kompozicia-zadani-j-v-testovoj-forme>

правильной последовательности различных действий, операций, расчетов, но и формировать все перечисленное в учебном процессе. Формирование алгоритмов правильной и эффективной деятельности особенно необходимо на заключительной стадии профессиональной подготовки.

4. Установить соответствие. В них требуется установить соответствие элементов одного столбца элементам другого. Задания на установление соответствия позволяют проверить так называемые ассоциативные знания. Это знание о взаимосвязи определений и фактов, авторов и их произведений, формы и содержания, сущности явлений, о соотношении между различными предметами, свойствами, законами, формулами, датами.

Эффективным можно назвать тестовое задание, если оно лучше, чем другие, измеряет знания обучающихся интересующего уровня подготовленности, с меньшим числом заданий, качественнее, быстрее, дешевле, и все это, по возможности, в комплексе. С понятием «эффективность» сопряжено близкое к нему по содержанию понятие «оптимальность», которое трактуется как наилучший из возможных вариантов с точки зрения удовлетворения нескольким критериям, взятым поочередно или вместе.

Тестирование имеет свои преимущества и недостатки<sup>1</sup>.

Преимущества:

- является качественным и объективным способом оценивания;
- учащиеся ставятся в равные условия, как в процессе контроля, так и в процессе оценки, практически исключая субъективизм преподавателя;
- позволяет выявлять знания учащегося не только по одной теме, а по всему курсу, исключив элемент случайности при вытаскивании билета;
- прост в реализации: проведение тестирования и контроль результатов в группе из 30 человек займёт меньше времени, нежели устный или письменный экзамен.

---

<sup>1</sup> *Достоинства и недостатки тестирования. Использование тестов в учебном процессе [Электронный ресурс]:* Режим доступа: <https://goo.gl/rmxV13>

Недостатки:

- разработка качественного тестового инструмента – трудоёмкий и длительный процесс;
- пробелы в результатах теста не позволяют судить о причинах этих пробелов;
- есть возможность ответить наугад, что не покажет реальный уровень знаний обучающегося;
- широта охвата тем, то в отличии от устного или письменного экзамена, не имеет достаточно времени для глубокого анализа темы.

Далее был разработан дидактический тест с целью проверки усвоения материала.

Вашему вниманию представляется дидактический тест для проведения контрольного опроса по темам «Понятие и характеристика событийного туризма как вида туризма» и «Фестиваль «Comic-Con» как направление событийного туризма».

Вам нужно выполнить предложенные тестовые задания, на выполнение которых вам может понадобиться 20 минут.

При выполнении заданий с формулировкой «Допишите ответ» Вам нужно определить пропущенную информацию и внести её в соответствующую позицию.

При выполнении заданий с формулировкой «Выберите один правильный вариант ответа» Вам нужно выбрать один правильный ответ из предложенных.

При выполнении заданий с формулировкой «Выберите несколько правильных вариантов ответа» Вам нужно выбрать несколько правильных ответов из предложенных.

При выполнении заданий с формулировкой «Установите соответствие» Вам нужно найти такие однозначные связи между позициями первого и второго столбиков, чтобы одной позиции первого столбика соответствовала только

одна позиция второго, а повтор используемых позиций категорически запрещён.

*В заданиях № 1-6 допишите ответ*

1. \_\_\_\_\_ – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

2. \_\_\_\_\_ – один из наиболее популярных видов туризма, смысл которого заключается в путешествии с целью отдыха, оздоровления, лечения или же общего укрепления организма в специализированных санаториях, профилакториях, и иных схожих учреждениях.

3. Целевой аудиторией событийного туризма, по мнению А.В. Бабкина являются \_\_\_\_\_

4. Событийный туризм – это относительно \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ направление развития туристской отрасли.

5. \_\_\_\_\_ – самое популярное направление на рынке событийного туризма.

6. \_\_\_\_\_ является крупнейшей фан-конвенцией, посвящённой поп-культуре, комиксам, сериалам и фильмам, и многому другому.

*В заданиях № 7-11 выберите один правильный вариант ответа*

7. КОЛИЧЕСТВО СТАРИКОВ В МИРЕ ПРЕВЫСИТ КОЛИЧЕСТВО ДЕТЕЙ В:

- 1) 2030 год
- 2) 2040 год
- 3) 2050 год
- 4) 2060 год
- 5) 2100 год

8. ВЕРОЯТНЕЕ ВСЕГО, САМЫМ ВОСТРЕБОВАННЫМ ВИДОМ ТУРИЗМА В БУДУЩЕМ СТАНЕТ:

- 1) Событийный
- 2) Индивидуальный
- 3) Культурно-познавательный
- 4) Лечебно-оздоровительный
- 5) Спортивный
- 6) Экологический
- 7) Религиозный

9. В ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА ВХОДИТ:

- 1) Скейт-туризм
- 2) Воздушный туризм
- 3) Джампинг
- 4) Дайвинг

10. ОТЛИЧНЫМ ВАРИАНТОМ ДЛЯ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЯВЛЯЕТСЯ:

- 1) Покорение Эвереста
- 2) Путешествие через пустыню
- 3) Поиск сокровищ
- 4) Путешествие дикарём

11. К КАКОМУ ТЕМАТИЧЕСКОМУ СОБЫТИЮ ОТНОСИТСЯ ФЕСТИВАЛЬ СВ. ПАТРИКА В ЛОНДОНЕ:

- 1) Фестивали кино и театра
- 2) Музыкальные фестивали и конкурсы
- 3) Национальные праздники и фестивали
- 4) Театрализованные шоу
- 5) Выставки, экспо
- 6) Гастрономические фестивали

*В заданиях № 12-15 выберите несколько правильных вариантов ответа*

12. ОДНИ ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ  
ДЛЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА:

- 1) Красная площадь в Москве
- 2) Египетские пирамиды
- 3) Римский Колизей
- 4) Гора Рашмор
- 5) Китайская стена
- 6) Тадж-Махал
- 7) Колокол Свободы

13. ПРИЧИНЫ И ЦЕЛИ, С КОТОРЫМИ ЛЮДИ ОТПРАВЛЯЮТСЯ В  
РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ:

- 1) Поиск новых ощущений
- 2) Поиск смысла жизни
- 3) Нужда в общении
- 4) Исцеление от недугов
- 5) Желание найти ценные артефакты
- 6) Молитва за родных и близких

14. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ОЧЕНЬ ПОПУЛЯРЕН В:

- 1) Великобритания
- 2) Сингапур
- 3) Норвегия
- 4) Украина
- 5) Канада
- 6) Бразилия

15. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МАСШТАБА ПРОВЕДЕНИЯ, ФЕСТИВАЛИ БЫВАЮТ:

- 1) Городские
- 2) Районные
- 3) Межкультурные
- 4) Этнические
- 5) Областные

*В заданиях № 16-18 установите соответствие*

16. СООТНЕСИТЕ СТРАНЫ С ИХ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫМИ СОБЫТИЯМИ

Страна	Отличительное событие
1. Шотландия	a) Октоберфест
2. Франция	b) Comic-Con
3. США	c) IT Show
4. Великобритания	d) Lord of the Dance
5. Германия	e) Фестиваль огня
6. Сингапур	f) Ready to Wear

17. СООТНЕСИТЕ ВИДЫ ТУРИЗМА И НАПРАВЛЕНИЯ ПО НИМ

Вид туризма	Направление
1. Культурно-познавательный	a) Олимпийские игры
2. Лечебно-оздоровительный	b) Каньонинг
3. Деловой	c) Лувр
4. Спортивный	d) Интенсив-туризм
5. Приключенческий	e) Мёртвое море
6. Событийный	f) Яхтинг

18. СООТНЕСИТЕ СОБЫТИЯ НА COMIC-CON С ИХ ДАТОЙ

Событие	Дата
1. Название фестиваля сменили на «San Diego's West Coast Comic-Con»	a) 2004 b) 2000
2. Выход фильма «Люди X»	c) 1972
3. На логотипе фестиваля появился тукан	d) 1974 e) 1982
4. Дебют сериала «Остаться в живых»	
5. Фанаты устроили «бал-маскарад»	

## Ключи к тесту

1. Туризм
2. Лечебно-оздоровительный туризм
3. Обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар
4. Молодое, перспективное
5. Фестивали
6. Comic-Con
7. 3
8. 4
9. 4
10. 3
11. 3
12. 2, 3, 5
13. 2, 4, 6
14. 1, 3, 5
15. 1, 3, 5
16. 1 – e, 2 – f, 3 – b, 4 – d, 5 – a, 6 – c
17. 1 – c, 2 – e, 3 – d, 4 – f, 5 – b, 6 – a
18. 1 – c, 2 – b, 3 – e, 4 – a, 5 – d

## Критерии оценивания

За каждый правильный вариант ответа в заданиях с одним и несколькими правильными ответами ставится – 1 балл; допишите и соотнесите – 2 балла.

27-23 баллов – оценка «5»

22– 15 – оценка «4»

14 – 8 – оценка «3»

Менее 7 баллов, оценка «2»





Таким образом, тест является неотъемлемой частью учебного процесса. Он является наиболее популярным в современных условиях и достаточно эффективным методом исследования, который используется в различных сферах, от педагогики до психологии. Тестирование позволяет проверить знания учащихся не только по одной теме или уроку, а по всему курсу.

У тестирования имеются свои сильные и слабые стороны. Среди сильных можно отметить простоту реализации и равенство условий его прохождения. Пожалуй, главной слабой стороной можно выделить возможность поставить ответ.

При всех преимуществах и недостатках метод тестирования является оптимальным и удобным методом исследования, которое ещё долго будет использоваться в образовательном процессе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ежедневно по всему миру происходит большое количество грандиозных и интересных событий, которые возможно посетить благодаря событийному туризму. Данный вид туризма очень разнообразен и имеет огромный потенциал для его развития.

Событийный туризм идеален для мобильных людей, желающих новых ощущений, новых приключений, а также для тех, кто не стеснён в материальном плане. По сути, событийный туризм является неиссякаемой сокровищницей для самых искущённых туристов.

Актуальность и важность событийного туризма осознают и в России. На сегодняшний день данный вид туризма динамично развивается по всей стране. В некоторых регионах он даже становится самым привлекательным направлением.

Ярким объектом событийного туризма является комикс-конвенция, фестиваль поп- и гик-культуры «San Diego Comic-Con». Официально это международная выставка комиксов. На деле же – одно из важнейших событий гик-вселенной, которое определяет будущее индустрии развлечений на ближайшие два года. Здесь проходят конференции, посвященные самым популярным фильмам, сериалам и, конечно, комиксам.

Comic-Con является отличным объектом для событийного туризма, от чего становится удивительно, почему до сих пор никто не догадался развивать это направление. Актуальность и спрос на данное событие будет до тех пор, пока существует поп-культура, которая вряд ли прекратит своё существование.

На Comic-Con был продуман и разработан тур, учитывая нынешнюю экономическую и политическую ситуацию в стране. Было разработано два варианта тура: экономный и дорогой. Стоимость экономного тура была сведена к минимуму настолько, насколько это было возможно на момент разработка тура. Для людей, имеющих возможность позволить большие траты на тур, был

разработан дорогой вариант тура, в котором также было выдержано соотношение цена-качество.

Проведенное эмпирическое исследование помогло составить картину востребованности событийных туров и фестиваля в целом. Благодаря проведённому исследованию стало ясно, что событийный туризм и фестиваль Comic-Con интересен многим людям. Однако, само собой, не все могут себе позволить его посещение, а половина тех, кто смогут, составят тур самостоятельно, дабы не повышать затраты на тур. Поэтому, турфирмам нужен грамотно составленный план развития и продвижения событийных тур.

Для повышения востребованности и популярности событийных туров, нужно их грамотное составление и продвижение на рынке тур услуг. Например, событийный тур на фестиваль Comic-Con должен продвигаться в интернет-сообществах, которые нацелены на современную поп- и гик-культуру. Подобных площадок очень много, потенциальная аудитория очень большая. Успех в популяризации событийного туризма будет напрямую зависеть от того, где и как будет продвигаться это направление, ведь у событийного туризма богатый потенциал.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Алексеева О. В.* Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. канд. экон. наук. Москва: 2012. С. 24.
2. *Биржаков М. Б.* Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. 2000. № 23. С. 94-111.
3. *Власова Т. И.* Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ. 2015. № 1. С. 38-40.
4. *Воронин А. Н.* Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации / А.Н. Воронин, И.В. Крылова, Г.А. Громова // Вестник НАТ. 2012. № 2. С. 40-43.
5. *Грушин М. Ю.* Анализ развития событийного туризма в России, его функции, пути повышения эффективности событийных мероприятий // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т. 7. №2. С. 139–145.
6. *Долженко Г. П.* Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2007. № 6. С. 116-119.
7. *Лакомов Е. Ф.* Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. канд. экон. наук. Москва: 2013. С. 28.
8. *Никитина С. С., Зинченко М.В.* Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». Томск: 5-6 апреля 2012 г. С. 81-84.
9. *Comic Con* в Сан-Диего 2017: расписание самых интересных ивентов. ПопКорнNews [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/6eDj6t>

10. *How the security team at Comic-Con works to keep fans safe.* Los Angeles Daily News [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/ahPGi3>
11. *Авиабилет Екатеринбург – Сан-Диего* [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.aviasales.ru/search/SVX1707SAN24072>
12. *Аташена К.* Косплей как стиль жизни. Мир фантастики и фэнтези [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.mirf.ru/geek/kospley-chto-takoe>
13. *Бабкин А. В.* Специальные виды туризма. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm)
14. *Блинов А.О.* Тестовые задания и контроль эффективности обучения. Элитариум [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/pbPaXd>
15. *Бондарь Ю.* Человечество стареет, но старость отодвигается. Медицинский портал [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/eуVруU>
16. *Деловой туризм.* Туризм в России [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/56-delovoj-turizm>
17. *Деловой туризм.* ЧеЦрноземье Тур [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/56-delovoj-turizm>
18. *Достоинства и недостатки тестирования.* Использование тестов в учебном процессе [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/rmxB13>
19. *Заушицина Б.* Раскрутить событие. Эксперт Online [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://expert.ru/siberia/2015/10/raskrutit-sobyitie/>
20. *Канашина Е. М.* Что такое тест. Использование тестов в учебном процессе [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://testobr.narod.ru/1.htm>
21. *Карнавал в Рио-де-Жанейро установил новый рекорд по числу зрителей и участников.* ТАСС [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/4075738>

22. *Ключ к тесту*. Национальная психологическая энциклопедия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://vocabulary.ru/termin/klyuch-k-testu.html>
23. *Композиция заданий в тестовой форме*. Студенческая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://students-library.com/library/read/57457-kompozicia-zadani-j-v-testovoj-forme>
24. *Леонидова Е. Г.* Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка / Е. Г. Леонидова // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2015. № 7(18). Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307>
25. *Лухтербек Ф.* После ЧМ-2014 – рекордная прибыль ФИФА и убытки Бразилии. ИноСМИ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/RDYNC4>
26. *Лойко О. Т.* Приключенческий туризм. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/wB3q3Q>
27. *Международная конференция комиксов в Сан-Диего*. Лостпедия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://goo.gl/vcY3eQ>
28. *Международный фестиваль Comic-Con: описание, фото, видео*. Reading [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://reading.com.ua/kultura/festival-comic-con-opisanie-foto-video>
29. *Методы исследования-тест*. Красноярская Мариинская женская гимназия-интернат [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/v1ZTGj>
30. *Образовательный туризм*. Туризм в России [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/rekreazija/tsentr-2/zapad-mor/18-vidy-turizma/77-obrazovatelnyj-turizm>
31. *Общая характеристика фестиваля*. Массовая Культура [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.culturemass.ru/lemas-843-1.html>

32. *Определение* туризма. Информационный проект о туризме [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/2KuvSS>
33. *Организационные* основы тематического и событийного туризма. Интернет помощник [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://helpiks.org/8-58622.html>
34. *Памятник* используют как стройматериал. SMALT [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://smaltradiator.ru/kitajskaya-stena-skoro-perestanet-sushhestvovat/>
35. *Развитие* событийного туризма в России. РБК Магазин Исследований [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/109/>
36. *Религиозный* туризм. Туристический портал Tour52 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.tour52.ru/Vidy-otdyha/religios/>
37. *Событийный* туризм. Путешествия и туризм [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/j9aieE>
38. *Спортивный* туризм. RusAdventures [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.rusadventures.ru/article/49/21.aspx>
39. *Татьяна С.* Как написать методическую разработку? FB.ru [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/C8H2rM>
40. *Тенденции* развития событийного туризма в мире. Транстур Тревел [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/yLSyue>
41. *Теоретические* аспекты событийного туризма. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/vQ342r>
42. *Технология* разработки событийных туров. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/ZP8AET>
43. *Типология* фестивалей. Формы проведения фестивалей и праздников народного творчества. Vilzit [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/xdLgFK>



44. *Турин* 2006. Спортивная Россия – отраслевой агрегатор [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.infosport.ru/olympic-games/turin-2006>
45. *Фестиваль Comic-Con International* в Сан-Диего. Travelcalendar [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://travelcalendar.ru/festival-comic-con-international-v-san-diego>
46. *Фролова Т. А.* Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 / [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm)
47. *Футбольный ЧМ-2014* вышел на второе место по посещаемости за всю историю. НТВ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.ntv.ru/novosti/1107156/>
48. *Черемных М.* Как организовать фестиваль? Инструкция к применению. ШколаЖизни.ру [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://goo.gl/Np5TLN>
49. *Что* такое культурно-познавательный туризм. Издательский дом Коммерсантъ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3024757>
50. *Что* такое тест? Моё образование [Электронный ресурс]: Режим доступа: [https://moeobrazovanie.ru/chto\\_takoe\\_test.html](https://moeobrazovanie.ru/chto_takoe_test.html)
51. *Шикарное* место для посетителя конвенций. TripAdvisor [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/6Psj7J>
52. *Щербинина О.* История развития Comic-Con International: San Diego. SpiderMedia.ru [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://spidermedia.ru/articles/istoriya-razvitiya-comic-con-international-san-diego-0>
53. *Экотуризм* в мире: особенности и лучшие места. Турвопрос [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://turvopros.com/luchshie-mesta-dlya-ekoturizma-v-mire/>

# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

## РАСЧЁТ СТОИМОСТИ ТУРА

Таблица 1

Расчёт стоимости экономного варианта тура

Наименование	Цена в у.е.*	Ресурс
<b>Перелёт</b>		
Авиабит «Екатеринбург – Лос-Анджелес» и «Лос-Анджелес – Екатеринбург»	2 122 – цена на 09.05.18	<a href="https://goo.gl/rzebuX">https://goo.gl/rzebuX</a> <a href="https://goo.gl/AA59wW">https://goo.gl/AA59wW</a>
<b>Трансфер</b>		
Билеты на автобус «аэропорт Лос-Анджелеса – вокзал Лос-Анджелеса»	20 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/JHqMcq">https://goo.gl/JHqMcq</a> <a href="https://goo.gl/jYnsom">https://goo.gl/jYnsom</a>
Билеты на поезд «вокзал Сан-Диего – вокзал Лос-Анджелеса»	72 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/9Xa4to">https://goo.gl/9Xa4to</a> <a href="https://goo.gl/nmM88v">https://goo.gl/nmM88v</a>
Такси «вокзал Сан-Диего – хостел ИТН»	6 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/AVK2jH">https://goo.gl/AVK2jH</a>
Билеты на поезд «вокзал Лос-Анджелеса – вокзал Сан-Диего»	72 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/9Xa4to">https://goo.gl/9Xa4to</a> <a href="https://goo.gl/RoyGXa">https://goo.gl/RoyGXa</a>
Билеты на автобус «вокзал Лос-Анджелеса – аэропорт Лос-Анджелеса»	20 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/JHqMcq">https://goo.gl/JHqMcq</a> <a href="https://goo.gl/jYnsom">https://goo.gl/jYnsom</a>
<b>Проживание в хостеле</b>		
ИТН Adventure Hostel San Diego (18.07-24.07.18)	518 – цена на 09.05.18	<a href="https://goo.gl/vy32ue">https://goo.gl/vy32ue</a> <a href="https://goo.gl/pVi1n3">https://goo.gl/pVi1n3</a>
<b>Прочее</b>		
Мед. страхование (на период 17.07-31.07.18)	56 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/YD8Msb">https://goo.gl/YD8Msb</a> <a href="https://goo.gl/Aefcj9">https://goo.gl/Aefcj9</a>
Билеты на Comic-Con	505 – цена на 09.05.18	<a href="https://goo.gl/yXppA1">https://goo.gl/yXppA1</a> <a href="https://goo.gl/NhX6F9">https://goo.gl/NhX6F9</a>
<b>Дополнительно</b>		
Получение визы в посольстве США в Алматы	433 – цена на 10.05.18	<a href="https://goo.gl/6pjTAJ">https://goo.gl/6pjTAJ</a>
Авиабит «Екатеринбург – Алматы» и «Алматы – Екатеринбург»	417 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/qijqXe">https://goo.gl/qijqXe</a> <a href="https://goo.gl/jNEjJX">https://goo.gl/jNEjJX</a>
Проживание в Алматы	23 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/8MTskj">https://goo.gl/8MTskj</a> <a href="https://goo.gl/ga6wix">https://goo.gl/ga6wix</a>
Итого без визы	3 391	
Итого с визой	4 264	

\*1 у.е. равно 60 рублям в связи с плавающим курсом рубля

## Расчёт стоимости дорожного варианта тура

Наименование	Цена в у.е.*	Ресурс
Перелёт		
Авиабит «Екатеринбург – Лос-Анджелес» и «Лос-Анджелес – Екатеринбург»	2 391 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/kHg947">https://goo.gl/kHg947</a> <a href="https://goo.gl/8Hq1T6">https://goo.gl/8Hq1T6</a>
Трансфер		
Билеты на автобус «аэропорт Лос-Анджелеса – вокзал Лос-Анджелеса»	20 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/JHqMcq">https://goo.gl/JHqMcq</a> <a href="https://goo.gl/jYnsom">https://goo.gl/jYnsom</a>
Билеты на поезд «вокзал Сан-Диего – вокзал Лос-Анджелеса»	72 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/9Xa4to">https://goo.gl/9Xa4to</a> <a href="https://goo.gl/nmM88v">https://goo.gl/nmM88v</a>
Такси «вокзал Сан-Диего – хостел ИТН»	23 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/tZindY">https://goo.gl/tZindY</a> <a href="https://goo.gl/veMya2">https://goo.gl/veMya2</a>
Билеты на поезд «вокзал Лос-Анджелеса – вокзал Сан-Диего»	72 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/9Xa4to">https://goo.gl/9Xa4to</a> <a href="https://goo.gl/nmM88v">https://goo.gl/nmM88v</a>
Билеты на автобус «вокзал Лос-Анджелеса – аэропорт Лос-Анджелеса»	20 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/JHqMcq">https://goo.gl/JHqMcq</a> <a href="https://goo.gl/jYnsom">https://goo.gl/jYnsom</a>
Проживание в хостеле		
ИТН Adventure Hostel San Diego (18.07-24.07.18)	1187 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/gx1ptU">https://goo.gl/gx1ptU</a> <a href="https://goo.gl/34ov9V">https://goo.gl/34ov9V</a>
Прочее		
Мед. страхование (на период 17.07-31.07.18)	59 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/YD8Msb">https://goo.gl/YD8Msb</a> <a href="https://goo.gl/ybTLHn">https://goo.gl/ybTLHn</a>
Билеты на Comic-Con	505 – цена на 09.05.18	<a href="https://goo.gl/yXppA1">https://goo.gl/yXppA1</a> <a href="https://goo.gl/NhX6F9">https://goo.gl/NhX6F9</a>
Дополнительно		
Получение визы в посольстве США в Алматы	433 – цена на 10.05.18	<a href="https://goo.gl/6pjTAJ">https://goo.gl/6pjTAJ</a>
Авиабит «Екатеринбург – Алматы» и «Алматы – Екатеринбург»	417 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/qijqXe">https://goo.gl/qijqXe</a> <a href="https://goo.gl/jNEjJX">https://goo.gl/jNEjJX</a>
Проживание в Алматы	101 – цена на 11.05.18	<a href="https://goo.gl/AXoaj4">https://goo.gl/AXoaj4</a> <a href="https://goo.gl/qd41GA">https://goo.gl/qd41GA</a>
Итого без визы	4 349	
Итого с визой	5 300	

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### ПРОГРАММА ТУРА

№п/п	Мероприятие	Время
17.07 – Отправление в Лос-Анджелес		
1.1	Вылет из Кольцово	23:00
1.2	Прибытие в Шереметьево	23:30
1.3	Пересадка	12ч 25м
1.4	Вылет в Лос-Анджелес (18.07)	11:55
18.07 – Прибытие в Лос-Анджелес		
2.1	Прилёт в аэропорт Лос-Анджелеса	14:05
2.2	Трансфер “аэропорт Лос-Анджелеса – вокзал Сан-Диего” на автобусе	16:30-17:33
2.3	Трансфер “вокзал Лос-Анджелеса – вокзал Сан-Диего” на поезде	19:15-22:15
2.4	Трансфер “вокзал Сан-Диего – хостел” на такси	22:40-22:45
19.07 – 1 день Comic-Con’a		
3.1	Завтрак	7:00-11:00
3.2	Comic-Con	06:00-01:00
20.07 – 2 день Comic-Con’a		
4.1	Завтрак	7:00-11:00
4.2	Comic-Con	06:00-01:00
21.07 – 3 день Comic-Con’a		
5.1	Завтрак	7:00-11:00
5.2	Comic-Con	06:00-01:00
22.07 – Последний день Comic-Con’a		
6.1	Завтрак	7:00-11:00
6.2	Comic-Con	06:00-01:00
23.07 – Свободный день		
7.1	Завтрак	7:00-11:00
24.07 – Возвращение домой		
8.1	Завтрак	8:00
8.2	Выезд из отеля и прогулка до вокзала Сан-Диего	10:00
8.3	Трансфер “вокзал Сан-Диего – вокзал Лос-Анджелеса”	10:41-13:43
8.4	Трансфер “Вокзал Лос-Анджелеса – аэропорт Лос-Анджелеса”	13:55-14:43
8.5	Вылет из Лос-Анджелеса	16:05
8.7	Прибытие в Шереметьево	13:45
8.8	Пересадка	1ч 55м
8.9	Вылет в Кольцово	15:40
8.10	Прибытие в Кольцово	20:00

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### АНКЕТА ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОБЫТИЙНЫХ ТУРОВ И ФЕСТИВАЛЯ COMIC-CON

Уважаемый респондент!

Здравствуйтесь, меня зовут Поляков Пётр. Я являюсь студентом 4 курса Российского государственного профессионально-педагогического университета (Екатеринбург). В рамках дипломной работы я исследую интерес молодежи к событийным турам и комикс-конвенции Comic-Con в Сан-Диего. Прошу вас принять участие в этом опросе. Ваше участие в опросе поможет изучить потенциальный спрос на событийные туры, включая Comic-Con, который в будущем может превратиться в реальный тур.

В анкете 25 вопросов. Если на 2 вопрос вы выбираете вариант «Никогда не путешествовал(а)», то на 3-9 вопросы отвечайте так, как если бы вы планировали путешествие. Также, если на 15 вопрос Вы выбираете вариант «Нет», то пропускайте 16-20 вопросы и сразу переходите к 21 вопросу.

Всего для заполнения анкеты Вам может потребоваться около 15 минут.

Прошу вас быть максимально искренними в ответах на вопросы.

Благодарю Вас за участие в исследовании.

1. Что для Вас является наиболее ценным в жизни? (Выберите не более трех вариантов ответа)

1. Семья
2. Дружба, общение
3. Деньги, материальное благополучие
4. Любовь
5. Развлечения и путешествия
6. Возможность самореализации
7. Интересная работа
8. Карьера
9. Спокойная, мирная жизнь
10. Здоровье
11. Другое \_\_\_\_\_

2. Как часто Вы ездите отдыхать?

1. Никогда не путешествовал(а)
2. Раз в несколько лет
3. Раз в год
4. Несколько раз в год
5. Другое \_\_\_\_\_

3. С чем обычно связаны Ваши выезды за границу?

1. С отдыхом
2. С работой/учебой
3. С поездкой к родственникам, близким людям
4. Другое \_\_\_\_\_

4. Какие виды туризма привлекают Вас больше всего? (Выберете не более трех вариантов ответов)

1. Культурно-познавательный
2. Приключенческий
3. Пляжный
4. Оздоровительный (рекреационный)
5. Событийный
6. Деловой
7. Образовательный
8. Другое \_\_\_\_\_

5. Как Вы обычно организуете свои путешествия?

1. Пользуюсь услугами турфирмы
2. Организую самостоятельно
3. Иногда через турфирму, иногда самостоятельно
4. Зависит от направления поездки: если по России, то организую самостоятельно, если поездка за границу – пользуюсь услугами турфирмы
5. Другое \_\_\_\_\_

6. С кем Вы предпочитаете путешествовать?

1. В одиночку
2. Вдвоём с близким человеком
3. С друзьями
4. С семьёй
5. С коллективом, где учитесь или работаете
6. Другое \_\_\_\_\_

7. Какую среднюю продолжительность отдыха Вы предпочитаете?

1. менее 7 дней
2. 7 дней
3. 8-14 дней
4. 15-21 день
5. Более 21 дня

8. В какое время года Вы предпочитаете отдыхать?

1. Лето
2. Осень
3. Зима
4. Весна

9. Где Вы предпочитаете отдыхать, в России или за рубежом?

1. В России
2. За рубежом

10. Какую сумму Вы готовы потратить на путешествие за рубеж (на одного человека)?

1. Менее 20 тыс. рублей
2. 21-35 тыс. рублей
3. 36-50 тыс. рублей
4. 50-70 тыс. рублей
5. 70-100 тыс. рублей
6. Более 100 тыс. рублей

11. Интересен ли Вам событийный туризм? (туры, поездки которых приурочены к каким-либо событиям, например, фестивали или концерты)

1. Нет
2. Да

12. Путешествовали ли Вы по направлениям событийного туризма?

1. Нет
2. Да, покупал тур в турфирме
3. Да, организовал тур самостоятельно

13. Какое событие вы бы хотели посетить в рамках событийного тура? (Выберите не более трех вариантов ответа)

1. музыкальный фестиваль «Коачелла» (США, Индио)
2. Октоберфест (Германия, Мюнхен)
3. фестиваль Burning Man (США, пустыня Блэк-Рок)
4. Electronic Entertainment Expo (E3) (США, Лос-Анджелес)
5. San Diego Comic-Con (США, Сан-Диего)
6. Венецианский карнавал (Италия, Венеция)
7. карнавал в Рио-де-Жанейро (Бразилия, Рио-де-Жанейро)
8. фестиваль снега и льда (Китай, Харбин)
9. фестиваль огня (Шотландия, Леруик)
10. фестиваль небесных фонариков (Тайван, Пингси)
11. Гластонбери (Англия, Гластонбери)
12. День Святого Патрика (Ирландия, Дублин)
13. Игромир (Россия, Москва)
14. фестиваль белых ночей (Россия, Санкт-Петербург)
15. Ни одно из указанных
16. Другое \_\_\_\_\_

14. Планируете ли Вы в будущем приобретать событийные туры?

1. Нет
2. Да

15. Посещали ли Вы когда-нибудь гик-фестивали и комикс-конвенции наподобие Comic-Con?

1. Нет (переход к вопросу 21)
2. Да

16. Как часто Вам посещаете подобные фестивали?

1. Раз в несколько лет
2. Раз в год
3. Несколько раз в год
4. Другое \_\_\_\_\_

17. Почему Вы посещаете гик-фестивали и комикс-конвенции? (Выберите не более трех вариантов ответа)

1. Из-за именитых гостей (актёров, ютуберов, деятелей кино и комиксов и т.д.)
2. Из-за возможности завести новые знакомства
3. Из-за косплей-шоу
4. Из-за ярмарок и возможности купить разные комиксы и сувениры по любимым героям
5. Из-за возможности поиграть в игровой зоне и в настольные игры
6. Из-за головокружительной атмосферы происходящего
7. Потому что являюсь косплеером или организатором таких мероприятий
8. Другое \_\_\_\_\_

18. Хотели бы Вы, чтобы в турфирмах появлялись туры на различные фестивали и конвенции за границу?

1. Нет
2. Да

19. Если бы у Вас появилась возможность посетить Comic-Con в Сан-Диего, Вы бы воспользовались услугами турфирмы или составили тур самостоятельно?

1. Составлю самостоятельно
2. Воспользуюсь услугами турфирмы
3. Другое \_\_\_\_\_

20. Стоимость экономного варианта тура на Comic-Con около 110 тысяч рублей. Поставь Вы цель посетить Comic-Con, как скоро вы смогли бы накопить данную сумму для его реализации?

1. Прямо сейчас могу приобрести данный тур
2. Смогу накопить на тур за полгода
3. Смогу накопить на тур за год
4. Смогу накопить на тур за два года
5. Смогу накопить за 3 года и больше
6. Накопить такую сумму и посетить Comic-Con не имею возможности в принципе
7. Другое \_\_\_\_\_

21. Сколько вам лет

1. До 18
2. 19-24
3. 25-32
4. 33-40
5. 41-45
6. 46 и более

22. Укажите ваш пол

1. Мужской
2. Женский



23. Укажите Ваш уровень образования
1. Начальное общее образование и ниже
  2. Основное и среднее общее образование
  3. Среднее профессиональное образование
  4. Высшее образование – бакалавриат; специалитет, магистратура
  5. Высшее образование: аспирантура и выше
24. Укажите уровень Вашего дохода
1. Ни в чём себе не отказываю
  2. Иногда могу позволить себе крупную покупку
  3. Хватает на самое необходимое
  4. Едва свожу концы с концами
  5. Другое \_\_\_\_\_
25. Ваш социальный статус
1. Руководитель предприятия, организации, подразделения
  2. Специалист с высшим образованием, не занимающий руководящую должность
  3. Служащий без высшего образования
  4. Квалифицированный рабочий
  5. Неквалифицированный рабочий
  6. Предприниматель
  7. Учащийся / студент
  8. Временно не занят / безработный
  9. Домохозяйка
  10. Военнослужащий
  11. Другое \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ 4

### РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Таблица 1

Наиболее ценное в жизни (в % к числу опрошенных)\*

Показатели	%
Семья	57,3
Дружба, общение	40,9
Деньги, материальное благополучие	25,3
Любовь	21,9
Развлечения и путешествия	33,1
Возможность самореализации	32,9
Интересная работа	22,5
Карьера	7,5
Спокойная, мирная жизнь	24,5
Здоровье	21,5
Другое	1,6
Итого:	289

\* Сумма процентов более 100, т.к. респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов

Таблица 2

Частота поездок на отдых (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Никогда не путешествовал(а)	19,9
Раз в несколько лет	36,7
Раз в год	30
Несколько раз в год	12,5
Другое	0,9
Итого:	100

Таблица 3

Причины выезда за границу (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
С отдыхом	19,9
С работой/учёбой	36,7
С поездкой к родственникам, близким людям	30
Другое	0,9
Итого:	100

Таблица 4

## Наиболее привлекательные виды туризма (в % к числу опрошенных)\*

Показатели	%
Культурно-познавательный	69,2
Приключенческий	63,5
Пляжный	38,9
Оздоровительный (рекреационный)	15,3
Событийный	38,1
Деловой	3,5
Образовательный	21,8
Другое	1,5
Итого:	251,8

Таблица 5

## Организация путешествия (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Пользуюсь услугами турфирмы	10,9
Организирую самостоятельно	30,4
Иногда через турфирму, иногда самостоятельно	25,1
Зависит от направления поездки	32,1
Другое	1,5
Итого:	100

Таблица 6

## Предпочтение путешествий (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
В одиночку	9,3
Вдвоём с близким человеком	24,9
С друзьями	33,8
С семьёй	28,6
С коллективом, где учитесь или работаете	0,9
Другое	2,5
Итого:	100

Таблица 7

## Предпочитаемая продолжительность отдыха (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Менее 7 дней	5,1
7 дней	19,7
8-14 дней	53,7
15-21 дней	14,3
Более 21 дня	7,2
Итого:	100

Таблица 8

## Предпочитаемое время года для отдыха (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Лето	71,8
Осень	9,2
Зима	8,7
Весна	10,3
Итого:	100

Таблица 9

## Предпочитаемое место отдыха

Показатели	%
В России	80,2
За рубежом	19,8
Итого:	100

Таблица 10

## Сумма для путешествия за рубеж (в % к числу опрошенных)

Сумма	%
Менее 20 тыс. рублей	10,1
21-35 тыс. рублей	28,1
36-50 тыс. рублей	28,1
50-70 тыс. рублей	19,5
70-100 тыс. рублей	8,4
Более 100 тыс. рублей	5,8
Итого:	100

Таблица 11

## Заинтересованность в событийном туризме (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Нет	11,5
Да	88,5
Итого:	100

Таблица 12

## Опыт путешествия по направлениям событийного туризма (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Нет	82
Да, покупал тур в турфирме	5,3
Да, организовывал тур самостоятельно	12,7
Итого:	100

Таблица 13

## Желаемые события для посещения (в % к числу опрошенных)\*

События	%
музыкальный фестиваль "Коачелла" (США, Индио)	27,7
Окtoberфест (Германия, Мюнхен)	20,3
фестиваль Burning Man (США, пустыня Блэк-Рок)	29,3
Electronic Entertainment Expo (E3) (США, Лос-Анджелес)	28,8
San Diego Comic-Con (США, Сан-Диего)	69,6
Венецианский карнавал (Италия, Венеция)	16,9
карнавал в Рио-де-Жанейро (Бразилия, Рио-де-Жанейро)	21,7
фестиваль снега и льда (Китай, Харбин)	6,9
фестиваль огня (Шотландия, Леруик)	9,1
фестиваль небесных фонариков (Тайван, Пингси)	9,5
Гластонбери (Англия, Гластонбери)	6,8
День Святого Патрика (Ирландия, Дублин)	15,5
Игромир (Россия, Москва)	23,3
фестиваль белых ночей (Россия, Санкт-Петербург)	11,8
Другое:	4,3%
Ни одно из указанных	1,5
Итого:	303

Таблица 14

## Приобретение событийных туров в будущем (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Нет	22,4
Да	77,6
Итого:	100

Таблица 15

## Посещались ли фестивали наподобие Comic-Con (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Нет	22,4
Да	77,6
Итого:	100

Таблица 16

## Частота посещения гик-фестивалей (в % к числу опрошенных)

Частота посещения	%
Раз в несколько лет	52,8
Раз в год	29,4
Несколько раз в год	9,5
Другое	8,3
Итого:	100

Таблица 17

## Причины посещения гик-фестивалей (в % к числу опрошенных)\*

Причины посещения	%
Из-за именитых гостей	43,8
Из-за возможности завести новые знакомства	20,7
Из-за косплей шоу	31,2
Из-за ярмарок и возможности купить разные комиксы и сувениры по любимым героям	60,5
Из-за возможности поиграть вмен игровой зоне и в настольные игры	15
Из-за головокружительной атмосферы происходящего	68,3
Потому что являюсь косплеером или организатором таких мероприятий	8,8
Другое	2,7
Итого:	251

Таблица 18

## Желание видеть туры на фестивали и конвенции за границу в турфирмах (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Нет	5,9
Да	94,1
Итого:	100

Таблица 19

## Посещение Comic-Con (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Составлю самостоятельно	54,1
Воспользуюсь услугами турфирмы	41,2
Другое	4,7
Итого:	100

Таблица 20

## Готовность приобрести тур (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Прямо сейчас могу приобрести данный тур	3,5
Смогу накопить на тур за полгода	14,8
Смогу накопить на тур за год	28,4
Смогу накопить на тур за два года	18,2
Смогу накопить за 3 года и больше	12,8
Накопить такую сумму и посетить Comic-Con не имею возможности в принципе	18,7
Другое	3,6
Итого:	100

Таблица 21

## Возраст респондентов (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
До 18 лет	31,5
19-24 лет	52,8
25-32 лет	14,3
33-40 лет	1,3
41-45 лет	0,1
46 лет и более	0
Итого:	100

Таблица 22

## Пол респондентов (в % к числу опрошенных)

Пол	%
Мужской	43,7
Женский	56,3
Итого:	100

Таблица 23

## Уровень образования респондентов (в % к числу опрошенных)

Образование	%
Начальное общее образование и ниже	31,5
Основное и среднее общее образование	52,8
Среднее профессиональное образование	14,3
Высшее образование – бакалавриат, специалитет, магистратура	1,3
Высшее образование: аспирантура и выше	0,1
Итого:	100

Таблица 24

## Уровень доходов респондентов (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Ни в чём себе не отказываю	4,5
Иногда могу позволить себе крупную покупку	43,1
Хватает на самое необходимое	43,2
Едва свожу конца с концами	4,3
Другое	4,9
Итого:	100

Социальный статус респондентов (в % к числу опрошенных)

Показатели	%
Учащийся / студент	66,2
Специалист с высшим образованием, не занимающий руководящую должность	15,1
Временно не занят / безработный	5
Квалифицированный рабочий	4
Служащий без высшего образования	2,4
Предприниматель	1,8
Неквалифицированный рабочий	1,7
Руководитель предприятия, организации, подразделения	1,5
Другое	1,3
Домохозяйка	0,8
Военнослужащий	0,2
Итого:	100