

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий  
Специальность 43.03.02. Туризм  
Кафедра культурологии и социальных коммуникаций

**ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ/РАБОТА**

Тема работы
<b>Музыкальные фестивали как перспективное направление развития событийного туризма в городе Томске</b>

УДК 338.48-611:78

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-11Б21	Башаров Данил Николаевич		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры СК	Мещерякова Наталия Николаевна	Д. социол. н.		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

## РЕЗУЛЬТАТЫ ООП ТУРИЗМ

Код результ а-та	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования критериев заинтересованных сторон	ФГОС, и/или
Профессиональные компетенции			
Р1	Применять глубокие социально-экономические и профессиональные знания в сфере туризма.	Требования ФГОС (ОК-3), Критерий 5 АИОР (п. 1.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р2	Ставить и решать концептуальные и прикладные задачи комплексного анализа социо - культурной среды с использованием специальных знаний и аналитических методов.	Требования ФГОС (ПК-14, 15, ОК -2), Критерий 5 АИОР (пп. 1.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р3	Разрабатывать и выполнять стратегические концепции и бизнес-планы проектов социо-культурной направленности с использованием системного анализа и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации.	Требования ФГОС (ПК-1,2,3), Критерий 5 АИОР (пп. 1.3)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р4	Проводить социально-экономические и культурологические исследования, основываясь на концепциях и принципах самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем.	Требования ФГОС (ПК-13), Критерий 5 АИОР (п. 1.4)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р5	Создавать и использовать на основе перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга необходимые социальные инструменты и технологии для ведения практической профессиональной деятельности в условиях экономических ограничений.	Требования ФГОС (ПК- 7,10, ОК-6,12,14), Критерий 5 АИОР (п. 1.5)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	
Р6	Определять стратегические цели и руководить проектированием,  Планированием деятельности туристского предприятия.	Требования ФГОС (ОК -2), Критерий 5 АИОР (п. 1.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI	

Универсальные компетенции		
P7	Использовать глубокие и адекватные знания в области проектного менеджмента и практики ведения бизнеса, в том числе менеджмента рисков, а также международного менеджмента для ведения инновационной профессиональной деятельности в социо-культурной среде.	Требования ФГОС (ПК-4, 9), Критерий 5 АИОР (п. 2.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P8	Активно владеть иностранным языком, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты инновационной комплексной профессиональной деятельности в социо- культурной среде, в том числе на иностранном языке.	Требования ФГОС (ОК-4,7,10, ПК -11,12) Критерий 5 АИОР (п. 2.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P9	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена и руководителя группы, в том числе междисциплинарной и международной, с ответственностью за работу коллектива при решении инновационных задач в области рекламы и связей с общественностью.	Требования ФГОС (ПК- 7,8, ОК-6), Критерий 5 АИОР (пп. 2.3,)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P10	Демонстрировать личную ответственность и ответственность за работу возглавляемого коллектива, приверженность и готовность следовать профессиональной этике и нормам ведения инновационной социально-экономической и культурологической деятельности.	Требования ФГОС (ОК -11), Критерий 5 АИОР (пп. 2.4, 2.5)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P11	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности	Требования ФГОС (ОК-1, 8,13), Критерий 5 АИОР (2.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки 43.03.02. Туризм  
Кафедра социальных коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. кафедрой СК  
\_\_\_\_\_ Н.А. Лукьянова  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

**ЗАДАНИЕ**

**на выполнение выпускной квалификационной работы**

В форме:

Бакалаврской работы
---------------------

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-11Б21	Башарова Данила Николаевича

Тема работы:

<b>Музыкальные фестивали как перспективное направление развития событийного туризма в городе Томске</b>
---

Утверждена приказом директора (дата, номер)	
---	--

Срок сдачи студентом выполненной работы:	
--	--

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

<p><b>Исходные данные к работе</b></p> <p><i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i></p>	<p>Объект исследований туристический бизнес в г.Томске</p>
---	--

<p><b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b></p> <p><i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<p>Аналитический обзор источников по вопросам организации туристического бизнеса, в частности, событийного туризма. Постановка целей и задач исследования. Знакомство с практикой проведения фестивалей в г. Томске, оценка организации в регионе событийного туризма как вида бизнеса в данной отрасли услуг.</p>
<p><b>Перечень графического материала</b></p> <p><i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	
<p><b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b></p> <p><i>(с указанием разделов)</i></p>	
<p><b>Раздел</b></p>	<p><b>Консультант</b></p>
<p><b>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</b></p>	

<p><b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b></p>	
--	--

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры СК	Мещерякова Наталья Николаевна	д. социол. н., доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
З-11Б21	Башаров Данил Николаевич		

## РЕФЕРАТ

**Выпускная квалификационная работа:** 62 страницы, 3 таблицы, 2 приложения, 33 использованных источника.

**Ключевые слова:** музыкальный фестиваль, событийный туризм, организационное мероприятие, разработка тура, перспективы развития, экономическая эффективность.

**Объектом исследования** является туристический бизнес в г.Томске.

**Предметом исследования** являются музыкальные фестивали, как направление событийного туризма.

**Проблему исследования** можно сформулировать в вопросе, является ли экономически эффективным организация музыкально – фестивального тура в г.Томске?

**Цель работы:** установить перспективность развития музыкального туризма в г. Томске.

**В процессе исследования** проводились следующие исследования – анализ литературы по проблеме, мониторинг Интернет-ресурсов, опрос в социальной сети «ВКонтакте».

**В результате исследования** доказана экономическая выгода и актуальность организации музыкального тура.

**Степень внедрения:** проходит стадию экспертной оценки.

**Новизна работы** заключается в том, что организация музыкально – фестивального тура – это не разработанная, но потенциально выгодная методика для рынка туристской индустрии.

**Практическая значимость работы** – заключается в перспективном развитии событийного туризма в Томской области.

**В будущем планируется:** разработка музыкально – фестивального тура на фестиваль электронной музыки и технологий «Alfa Future People» («Альфа Фьюче Пипл»).

## **Основные определения**

Событийный туризм – представляет собой вид туризма, который ориентирован на посещение местности в определенное время и связан с каким-либо событием.

Фестиваль — массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства.

Мероприятие – совокупность действий, объединённых одной общественно значимой задачей.

Музыкальный фестиваль – это масштабное музыкальное событие, концерт и выступление на открытой, закрытой площадке, или стадионе, на которой выступают исполнители.

Музыкальный туризм – вид событийного туризма, ориентированный на посещение музыкального события, концерта, конкурса на музыкальной основе

## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>8</b>
<b>1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА.....</b>	<b>11</b>
1.1. Понятие и классификация событийного туризма.....	11
1.2.Зарубежный и отечественный опыт событийного туризма.....	14
1.3. Музыкальные фестивали и их особенности.....	21
<b>2. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ТОМСКЕ.....</b>	<b>34</b>
2.1. Рынок событийного туризма в Томской области.....	34
2.2. Состояние и перспективы развития музыкального туризма в г.Томске.....	42
2.3. Разработка музыкально – фестивального тура «АФР Томск» («Альфа Фьюче Пипл Томск»).....	46
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>56</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>58</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А. Технологическая карта тура.....</b>	<b>61</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В. Логотип тура.....</b>	<b>62</b>

## **ВВЕДЕНИЕ**

Событийный туризм – это сравнительно молодое и популярное направление туризма. Заключается оно в том, что люди могут посетить какой-либо фестиваль, представление, грандиозное спортивное событие или же показ мод. Одним из ярко развивающихся направлений событийного туризма является музыкальный туризм. Связан он, прежде всего, с музыкальными фестивалями и концертами, где человек может увидеть своих любимых исполнителей, получив незабываемые впечатления и ощутить атмосферу праздника.

**Актуальность темы** заключается в востребованности событийного туризма и в частности музыкальных фестивалей на рынке туристической сферы Российской Федерации вообще и на рынке туристических услуг города Томска в частности.

**Цель работы:** установить перспективность развития музыкального туризма в г. Томске.

**Объект исследования:** туристический бизнес в г. Томске

**Предмет исследования:** музыкальные фестивали, как направление событийного туризма

### **Задачи:**

1. Рассмотреть виды и особенности событийного туризма.
2. Изучить существующий опыт организации музыкального туризма в России и за рубежом.
3. Проанализировать рынок событийного туризма в Томской области.
4. Установить наличие\отсутствие событийного туризма и музыкальных фестивалей в г. Томске.
5. Выявить перспективы развития музыкального туризма как направления туристического бизнеса в г. Томске и Томской области.

6. Рассчитать экономическую эффективность музыкального тура на примере фестиваля электронной музыки и технологий Alfa Future People.

На основе полученных в дипломе результатов может быть разработан бизнес-проект музыкального фестиваля как варианта событийного туризма в г. Томске.

Методологической основой исследования является системный анализ, направленный на изучение объекта как целого, системы взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга функций; сравнительный анализ, позволяющий сопоставить различные модели событийного туризма, сравнить организацию мероприятий музыкального туризма по трудозатратам, стоимости, прибыли и пр.

В качестве источников в дипломной работе использовались отчеты о музыкальных фестивалях, а так же периодика по теме исследований, публицистические материалы.

Исходя из поставленных целей и задач, данная работа состоит из введения, основной части (2 главы) и заключения.

# **1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА**

## **1.1 Понятие событийного туризма**

В современное время туризм является одной из наиболее перспективных и успешных отраслей современной экономики. Он играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создания дополнительных рабочих мест и обеспечения занятости населения. Во всем мире грамотные специалисты предлагают услуги, позволяя любому человеку побывать в желаемом месте, увидеть определенную страну или исследовать природные красоты мира. В последнее время большую популярность набирает такое направление как событийный туризм. Суть данного направления – это посещение или участие в рамках готового тура какого-либо мероприятия. Наиболее популярными мероприятиями являются крупные спортивные события: Олимпиады, Чемпионаты по футболу, хоккею; посещение модных показов, международных и технических выставок; участие в национальных праздниках и конечно же музыкальные фестивали и концерты.<sup>1</sup>

### **Определение событийного туризма**

Изучение событийного туризма необходимо начинать с подходов к его определению. В мировой практике для обозначения термина "событийный туризм" используется термин "event tourism" (от англ. event - событие или специальное мероприятие). В русском языке используют такие варианты, как ивент-туризм или событийный туризм.

Событийный туризм представляет собой вид туризма, который ориентирован на посещение местности в определенное время и связан с каким-либо событием. В мире во многих странах происходят события международного и регионального масштаба из области культуры, спорта,

---

<sup>1</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Глава 9. Событийный туризм. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.

искусства и техники – нечто, представляющее собой определенную ценность и важность для большого круга людей.

В событийном туризме под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для общества в целом, а также для малых групп или индивидуумов. Может иметь вид разового неповторимого явления, а также периодически наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени. Туристический бизнес активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие. Одним из важных факторов при формировании туров подобного рода, является заблаговременное планирование.<sup>2</sup>

Определение «событийный туризм» появилось в 80-х годах в Европе. Тогда этот новый вид туризма не выделялся как отдельное направление, а являлся частью таких направлений как: экологический туризм, приключенческий туризм, гастрономический туризм и некоторых других. Позже он утвердился как отдельная отрасль туризма. Само явление событийного туризма имеет весьма глубокие корни. В основе большинства современных фестивалей и событий различного масштаба лежат исторические события, праздники, традиции.

Событийный туризм включает в себя мероприятия культурного, спортивного, технического, инновационного, этнографического и выставочного видов туризма. Но далеко не все из мероприятий нужно относить к событийному туризму, а лишь те, которые будут приносить какой-либо доход и, следовательно, могут считаться ресурсной обеспечивающей для места их проведения. Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период проведения деятельность всех объектов туристской

---

<sup>2</sup> Событийный туризм // Российский Союз Туриндустрии [Электронный ресурс] 2013. – Режим доступа: [http://www.rostourunion.ru/vstuplenie\\_v\\_rst/sobytiyinyi\\_turizm/](http://www.rostourunion.ru/vstuplenie_v_rst/sobytiyinyi_turizm/) (дата обращения: 31.05.17)

индустрии активизируется. А это в свою очередь поднимает экономику региона.

## **Классификация событийного туризма**

### 1. По масштабу события:

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

### 2. По тематике события:

- театрализованные шоу;
- спортивные события;
- модные показы;
- фестивали театра и кино;
- карнавалы;
- национальные праздники и фестивали ;
- гастрономические фестивали;
- музыкальные фестивали и музыкальные конкурсы.

Запланированные события являются важным мотиватором в туризме. Событийный туризм опирается на привлечение большого количества туристов на определенное событие региона, значимое для туристов.<sup>3</sup>

При организации событийных туров необходимо учитывать целый ряд требований туристов: месторасположение отеля - рядом с местом, где проводится событие; наличие услуг предоставления качественного питания; возможность посетить основные достопримечательности местности; наличие сувенирных лавок и магазинов.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Электронный ресурс: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-turizm/80-sobytiinyj-turizm> (дата обращения:04.06.17)

<sup>4</sup> Богданов Д.Ю. Специфика событийного туризма в России на примере фестиваля «Железный Град» // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/62931> (дата обращения: 02.06.2017).

Плюсы событийного туризма – это его всесезонность и высокая доходность. Также к преимуществам можно отнести и то, что ежегодно в мире появляются все больше уникальных мероприятий, что способствует пополнению новыми событийными турами. Туристы, посещающие регион с целью стать участниками события, являются потенциальными потребителями и других видов туризма в регионе.<sup>5</sup>

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Среди минусов можно выделить лишь невозможность предсказания спроса на событие. Положительному спросу на мероприятие может способствовать грамотное освещение события, то есть реклама. От нее напрямую зависит массовость информирования людей о надвигающемся мероприятии.

Основными задачами событийного туризма являются: предоставление знаковых, масштабных мероприятий имеющих свою историю и определенную тематику; доработка существующих событий, происходивших ранее, и имеющих потенциал, до нужного высокоэффективного уровня; формирование и разработка новых уникальных событий, существующих лишь на уровне идеи.

## **1.2. Зарубежный и отечественный опыт событийного туризма**

Опыт формирования и становления событийного туризма за рубежом достаточно многообразный. Лидеры в отрасли событийных мероприятий считаются такие страны как: Франция, США, Италия, Великобритания и Южная Корея. Но, некоторые эксперты, так же утверждают, что главным первооткрывателем и лидером по высокому уровню развития событийного туризма является Австралия, у которой действует отлаженная схема стратегических планирований организации событийных мероприятий, что способно максимально сделать выгодным данный вид туризма для дестинации.

---

<sup>5</sup> Электронный ресурс: <http://www.troikatur.ru/page/sobutiunyi-turizm> (дата обращения: 02.06.17)

В настоящий момент в мире существуют не один десяток городов, специализирующихся на событийном туризме и развивающих экономику региона. В качестве яркого примера событийного мероприятия можно привести знаменитый карнавал в Бразилии, в Рио-де-Жанейро, с которым знакомы во всем мире. Карнавал в Рио-де-Жанейро занимает уверенную позицию в топе самых посещаемых событий в мировом туризме. Этот праздник собирает более 700 тысяч людей со всех уголков мира. На затраты для организации мероприятия уходят огромные финансовые средства, составляющие 6 млн. долларов. Однако прибыль достигает 150 млн. долларов. Другим примером маркетинга в событийном туризме является ежегодный пивной фестиваль Октоберфест, проходящий в Германии. Он укрепил за собой статус одного из самых массовых гуляний в мире. В течение шестнадцати дней город Мюнхен превращается в огромную развлекательную площадку, не прекращающую свою работу. Со всего света на фестиваль съезжается огромное количество любителей Баварского пива. Как известно, это событие обеспечивает 12 тысяч рабочих мест и приносит в год 0,5 миллиарда евро прибыли. Еще одним успешным примером экономически успешного события является Каннский фестиваль, приносящий прибыль в размере 200 млн. евро, а также создает 3200 рабочих места. Так же можно отметить Италию, которая считается «праздничной» страной. Достаточно популярным можно назвать ежегодный карнавал в Венеции, проходящий в феврале и собирающий более полумиллиона туристов со всего мира. В Западной части Европы особой популярностью пользуются многообразные продуктовые фестивали. С одной стороны, продуктовые фестивали способствуют продвижению товаров на отраслевой рынок, а с другой, их проведение привлекает большое внимание и заинтересованность к территории проведения, тем самым развивая экономику региона. В таких городах Италии, как Болонья, Флоренция, Турин и Перуджа ежегодно проходят шоколадные фестивали. В рамках программы происходит ознакомление с кондитерскими шедеврами итальянских шоколадных бутиков и фабрик, выступают популярные музыканты, и проводятся различные

программы, дегустируется представленная шоколадная продукция - такова традиционная программа шоколадного праздника. В Великобритании в апреле общепринято осуществляется фестиваль напитков и продуктов юго-запада страны в замке Эксетера (столица графства Девоншир). Театр кулинарии с дегустациями вин и мастер-классы, осведомительные семинары и разнообразные шоу – это является только частью событийного мероприятия. Особенного интереса удостоивают спортивные события. В наибольшей степени красочным наглядным примером социально-экономического и совершенного политического вклада спортивного событийного туризма представляют из себя олимпийские игры. В ходе подготовки к олимпийским играм осуществляются тысячи проектов, которые призваны содействовать развитию туризма в целом. И так, следствием инициированных усилий стали последующие факты, выявленные в процессе обществоведческих исследований среди зарубежных туристов, которые посетили Олимпийские игры 2000 года в городе Сиднее:

- Из 110 тысяч иностранных туристов 88% посетили олимпийские игры и, скорее всего, вновь вернуться в Австралию в качестве туристов;

- Практически 50% американских туристов, опрошенных в Сиднее в момент проведения Олимпийских игр, высказало свой интерес в повторном туристском визите Австралии.

Был зарегистрирован рост трафика на сайте Австралийской комиссии по туризму в 6 раз в период проведения олимпийских игр, что допускает намеревать пропорциональный подъем интереса к Австралии как месту туристических визитов. Через 12 лет после Сиднея в Лондоне провели игры XXX олимпиады, на стадии подготовки которых проектировались макроэкономические результаты, которые приведены в таблице №1.

Таблица 1. Мониторинг вклада XXX -летних олимпийских игр в усовершенствование Великобритании и Лондона.

Модификация ВВП, млн.	До игр (2004-2011гг.)	В период игр (2012 г.)	После игр (2013-2016 гг.)	Итого
Лондон	3,361	924	1,612	5,900
Великобритания	247	1,066	621	1,935

Завершенный прогноз оказался довольно подлинным, по меньшей мере, во время игр. В июне 2012 года исполняющий обязанности директора организационной комиссии XXX -летних олимпийских игр в Лондоне Пол Дейтон в опросе агентству Reuters возгласил, что разрешимой на тот момент дилеммой было приобретение 2,0 млрд. дохода при сходной сумме расходов. И 92% надобной выручки на момент опроса уже было схвачено.

При всём том Европейская корпорация туроператоров верит, что Олимпийские игры отрицательно воздействуют на турпотоки. Знатоки ассоциации осуществили полномасштабный анализ, рассмотрели статистику данных летних Олимпийских игр свежих лет – Пекин-2008, Афины-2004, Сидней-2000, Атланта-1996, Барселона-1992, Сеул-1988 – и пришли к умозаключению, что ни один из упомянутых городов не сможет схвастнуть стабильным приростом турпотока в последствии окончания Олимпиады. Благодаря этому, будущий рост туристического потока будет обеспечиваться при наличии грамотной системы планирования развития туристических дестинаций. В конструкции экономики регионов часть событийного туризма пока еще малосущественна, тем не менее, направленность его прогресса дискутируются во многих местностях, поскольку это реальность поддержки среднего и малого бизнеса, и самое основное – это задача сохранения культурно-этнического имущества и сохранения природы. Даже если

принимать во внимание все аналогичные мероприятия с точки убеждения коммуникативного влияния, то видима их непосредственная складность с событийным маркетингом, когда событие устанавливается орудием продвижения территории.<sup>6</sup>

Из российских городов, которые активно изучают событийный маркетинг, кроме Санкт-Петербурга и Москвы, можно выделить Приморский край, Краснодар. Новосибирск, Омск и ряд других городов. Так, в Новосибирске вдобавок разных показов и концертных проектов каждый год проводится Международный градостроительный форум и инновационный Международный форум Interra, в пределах которого проводится конкурс на самые избранные программы в кругу территориального маркетинга. 11 сентября 2013 года в Новосибирске прошло важнейшее событие - это конференция «Событийный маркетинг в качестве инструмента развития регионов». Данное мероприятие проходило в рамках Международной специализированной выставки «Технодрев Сибирь». Главнейшей задачей совещания стало зрелище промышленности встреч и доказательство того, что она содействует развитию маркетинга на местности региона.<sup>7</sup>

К числу важных мировых мероприятий, призванных увеличить знания о туристических возможностях региона, причисляются ещё и обширные научные форумы и конгрессы. В Екатеринбурге толчок событийному исследованию задал съезд руководителей стран «Шанхайской ассоциации сотрудничества». Осуществляемый во Владивостоке международная экологическая конференция «Природа без границ» обозначила градиент развития экологического туризма в Приморском крае. Приморье стало быть общепринятым местом встреч посредниками бизнеса, власти, социальных учреждений – энергичных членов международного экологического движения. В Суздале осуществляется

---

<sup>6</sup>Электронный ресурс:

[https://tonkosti.ru/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D1%8B%D1%82%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8B%D0%B5\\_%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B](https://tonkosti.ru/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D1%8B%D1%82%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B) (дата обращения 02.06.17)

<sup>7</sup> Климова Татьяна Брониславовна, Вишневская Екатерина Владимировна Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2014. №1. URL:

<http://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-rf-i-za-rubezhom> (дата обращения:

15.06.2017). КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-rf-i-za-rubezhom>

большинство тематических праздников – эти мероприятия набирают крупное количество как отечественных, так и зарубежных туристов. Уже стали популярными осуществляемыми на территории Музея деревянного зодчества праздник огурца и гусиные бои. Туристов привлекают «Рождество», «Встреча Нового Года», фестиваль «Русская сказка», «Крещение», «Масленица», «Русальная неделя», международный фестиваль «Бабье лето» и другие мероприятия. Ханты-Мансийск в сегодняшнее время оказался одним из центров событийного туризма страны. Юным и многообещающим фестивалем является фестиваль «Ыбица» в Финно-угорском этнокультурном парке села Ыб, республики Коми. Старинное село Ыб находится под Сывтывкарком. Оно является основой туристического комплекса, а парк Ыбица становится одним из популярных брендов республики Коми.<sup>8</sup>

Олимпийские игры в Сочи не только притянули безусловную аудиторию, туристов, они свели жителей территории, представили всему свету Россию с наилучшей стороны, подняв ее имидж. В 2013 году предолимпийский Сочи приобрел приблизительно 3,8 миллионов туристов. По сравнению с 2013 годом в 2014г турпоток увеличился на 1,2 млн. человек. Прирост численности туристов в городе Сочи разъясняется Олимпийскими играми и «отложенным спросом», иначе говоря в город захотели вернуться те туристы, которые обычно заезжали в Сочи, но из-за олимпийскихстроек на какое-то время выбирали иные места отдыха. Как в Сочи, так и в Краснодаре олимпиада дала мощный толчок развитию туристической деятельности.<sup>9</sup>

В Российской Федерации событийный туризм является новейшим направлением, которое определяется быстрым развитием за последние годы. Это свидетельствует нижеупомянутыми фактами:

- Появление национальной премии Russian Event Awards, учрежденной Фондом развития общественных связей «Region PR» (2012 год).

---

<sup>8</sup> Климова, Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская ; НИУ БелГУ // Научный результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. - 2014. - №1.-С. 35-41.

<sup>9</sup> Электронный ресурс: <http://russiatourism.ru/news/1942/> (ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА») (дата обращения:04.06.17)

- Проведение Всероссийской открытой ярмарки событийного туризма «Russian open Event Expo» (2012 год).
- Создание Национального календаря событий Российской Федерации при поддержке Министерства культуры РФ (2013 год).
- Учреждение по инициативе Министерства культуры РФ Всероссийского конкурса в области событийного туризма в рамках ярмарки событийного туризма «Russian open Event Expo» (2013 год).
- Учреждение Национального сообщества событийного туризма (2015 год).

Можно особо отметить несколько регионов, в которых благополучно развивается событийный туризм. В Ростовской области его часть составляет 40 % в конструкции туристической отрасли. В Самарском регионе данное направление равным образом является основным. Здесь событийный туризм развивается в рамках реализации туристическо-рекреационного кластера «Событийная агломерация». В ряде регионов Российской Федерации это направление предопределено как важное для развития: Белгородская область, Татарстан, Бурятия, Кировская область, Челябинская область, Калужская область, Ярославская область и другие.<sup>10</sup>

К событийному туризму международного масштаба в настоящее время можно отнести только несколько мероприятий в нашей стране: авиакосмический салон «МАКС», «Широкую Масленицу», Московский международный кинофестиваль, Кубок Кремля по теннису, зимние Олимпийские игры в Сочи-2014, Универсиаду в Казани-2013, и предстоящие Чемпионат мира по футболу в 2018 году и Универсиада в Красноярске в 2019 году.<sup>11</sup>

Следовательно, событийный туризм представляет ключевое значение в решении социально-экономических задач территорий. Наряду с этим

---

<sup>10</sup> Кондратьев А. Событийная экономика как современный фактор развития городских территорий // Бизнес России: электронный журнал. URL: <http://businessofrussia.com> (дата обращения: 02.06.2017)

<sup>11</sup> Давыденко И.В. Доминаты рынка событийного туризма // Вестник. Наука и практика. URL: <http://xn--e1aaajfpcds8ay4h.com.ua/pages/view/445> (дата обращения: 02.06.2017)

особенную важность получает введение событийного туризма в программы долговременного развития, которые принимают местные органы власти.

Установленные документы вынуждены включать в себя финансирование средств для продвижения туристической инфраструктуры, программу мероприятий по подготовке кадров, широкий комплекс мер в области информационного продвижения событийных туров. Осуществление вышеупомянутых критериев позволит одобрительно сказаться на социально-экономическом положении территорий.<sup>12</sup>

### **1.3.Музыкальные фестивали и их особенности**

#### **Определение музыкальных фестивалей**

Рассмотрев понятие и особенности событийного туризма, изучим один из его развивающихся видов – музыкально-фестивальный туризм, который с каждым годом привлекает все большее количество меломанов, и собирает большое количество людей в одном месте.

Музыкальный фестиваль – это масштабный музыкальный концерт на открытой площадке, состоящий из отдельных представлений, часто протяженностью в несколько дней, с участием популярных исполнителей музыки, включая рок, поп, джаз и электронную музыку. Также фестиваль может проходить в закрытом помещении, типа стадиона.<sup>13</sup>

Музыкальные фестивали представляют собой самостоятельную культуру проведения, определенный формат мероприятия и содержание.

В процессе подготовки и проведения музыкальных фестивалей оживляется культурная жизнь места проведения, растут ряды участников самодеятельности, улучшается организация досуга, обеспечивается

---

<sup>12</sup> Второй Российский Бизнес-форум «Событийный туризм и маркетинг территорий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ryazantourism.ru/events/8> (дата обращения: 02.06.2017)

<sup>13</sup> Музыкальный энциклопедический словарь [Текст]: Гл.ред.Г.В. Келдыш. -М.: «Советская энциклопедия». 1991. - 523с.

целенаправленное и предметное эстетическое воспитание, происходит приобщение к культурным ценностям.

Фестивали несут цель долгосрочного влияния на культурно-художественное развитие участников и зрителей в рамках вида данного мероприятия. Каждый год такие мероприятия привлекают огромное внимание зрителей и СМИ по всему миру. С каждым годом количество музыкальных фестивалей возрастает, а тематика их достаточно разноплановая – от джаза до рока, от народной музыки до современной электронной. Как явление художественной жизни, фестиваль отличается особой атмосферой праздника, ориентацией на показ лучших коллективов и исполнителей, оригинальностью тематики своей идеи. С каждым годом этот динамичный вид туризма все набирает все большие обороты. Музыкальные фестивали пользуются популярностью у туристов абсолютно разных возрастов, но объединяет их одно – любовь к музыке, активный отдых, желание увидеть новое и ощутить атмосферу праздника. Фестивали соединяют в себе множество целей и задач, и даже если турист едет на не длительный срок, то такая поездка будет насыщена различными событиями, а впечатления запомнятся надолго.<sup>14</sup>

Главной целью поездки будет являться, прежде всего, посещение самого фестиваля. Но, также, как правило, у туриста возникнет желание не только посетить само мероприятие, но и ближе познакомиться с городом, где проходит фестиваль, его архитектурой, культурными ценностями и местным колоритом. В связи с этим, сопутствующими целями туриста будут осмотр достопримечательностей города – обзорные экскурсии, походы в музеи, театры или же просто прогулки по парку. Также музыкальные фестивали способствуют развитию региона не только в культурном плане, но и в раскрытии туристского потенциала региона. Музыкальные фестивали также можно рассмотреть как диалог культур. В процессе их проведения между исполнителями и зрителями разных национальностей и культур происходит

---

<sup>14</sup> Периль, Б. В. Фестивальная практика: опыт case-study // Экология культуры: Инф. бюллетень. - Архангельск, 2002. - № 3 (28). - С. 24-73.

некий обмен опытом. Особенно это касается тех случаев, когда на одной сцене или площадке выступают исполнители из разных стран.

На сегодняшний день музыкально – фестивальным туризм рассматривается как отдельное направление событийного туризма и представляет собой самостоятельную культуру проведения, определенный формат мероприятия, социальные инициативы и содержание. В результате музыкальных предпочтений современной молодежи, музыка становится значимой составляющей социальной активности молодежных сообществ. В условиях переориентации и импортозамещения в туристской политике страны на развитие внутреннего туризма, музыкально – фестивальным туризм становится актуальным для продвижения во всем мире, а также многих регионах России. Ежегодно фестивальным рынок увеличивается примерно на 10 %, и при этом целевой сегмент активно пополняется за счет приверженцев и последователей различных современных музыкальных стилей.<sup>15</sup>

Музыкально – фестивальным туризм можно классифицировать по масштабу события: международного и национального уровня.

В нем можно выделить следующие виды музыкальных фестивалей:

- поп фестиваль;
- фестиваль авторской песни;
- джазовый фестиваль;
- фестиваль этнической, народной музыки;
- рок-фестиваль;
- фестиваль академической музыки;
- оперный фестиваль;
- фестиваль электронной музыки.

---

<sup>15</sup> ЖУРНАЛ:СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр развития научного сотрудничества" (Новосибирск). Научная статья МУЗЫКАЛЬНО-ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Для каждого вида музыкального фестиваля существует своя целевая аудитория и может быть совершенно разного возраста. Она будет зависеть от идейности события, стиля исполняемой музыки и места проведения. Например: на поп-фестивалях будет широкая аудитория, от малолетних подростков до взрослых фанатов, желающих увидеть на сцене своих фаворитных исполнителей. На джазовых фестивалях будет менее узкий круг любителей джазовой музыки и джазового искусства в целом. На фестивале электронной музыке основной аудиторией будут молодые люди от 18 до 35 лет, готовые к новым знакомствам и путешествиям. Музыкально – фестивальным туризм дает возможность людям любого возраста найти себе своих единомышленников и присоединится к определенной культуре мероприятия.

### **История развития музыкальных фестивалей за рубежом**

Музыкальные фестивали появились в XX веке, но большую популярность они заимели только в последние пятьдесят лет. Важно причиной этого является развитие культурных и дипломатических отношений между разными странами. Это способствовало развитию международного выездного туризма. Первоначально, страной, заявившей о своих невероятных по масштабу музыкальных фестивалей и количеству прибывших гостей, считается Англия.<sup>16</sup>

Одним из самых давних и существующих на сегодняшний день фестивалей считается «BBC proms». Организатором данного мероприятия считается Роберт Ньюман. Впервые фестиваль прошел в 1895 году в Лондоне в Куинс-холле. Идеей это мероприятия было приближением «высокой» классической музыки к массовой аудитории зрителей. Организаторы добивались своей цели создание большой территории, которая не имела сидячих мест, и это позволяло разместить гораздо больше посетителей. При этом стоимость билетов была намного дешевле, нежели у сидячих мест. Бюджетный вариант билета стоил всего-лишь 5 фунтов стерлингов. Такая идея

---

<sup>16</sup> Электронный ресурс: <http://www.lookatme.ru/mag/archive/summer-festivals/171271-20-festivaley-i-letnih-puteshestviy> (дата обращения:06.06.17)

несомненно понравилась гражданам с невысокими доходами, и данное мероприятие стало уникальной возможностью приобщения народа к высокой культуре, позволив услышать вживую концерты великих композиторов. Интересным можно считать тот факт, что цена на бюджетные «променадные» места (отсюда и название) не менялась с 1895 года. К тому же не изменились и временные рамки проведения фестиваля - с середины июля до середины сентября. Так же кроме бюджетных стоячих мест имеются и дорогие билеты с сидячими местами, которые стоит бронировать заранее. Цена на них может достигать 90 фунтов, а для покупки дешевых билетов нужно позаботиться за 40 минут до начала выступления. Количество билетов всегда достаточно, так как территория, предназначенная для прогулок, может вместить огромное количество посетителей. С каждым годом событие собирает большое число новых, а также уже не раз побывавших на этом выступлении туристов.<sup>17</sup>

Вудстокская ярмарка музыки и искусств. Проводится с 1969 года в городе Уайт Лейк, штат Нью-Йорк, США. Создание этого фестиваля стало настоящим переломным моментом в истории музыки, и в целом истории современной культуры. Он ознаменовывал конец эры субкультуры хиппи и рождение сексуальной революции. Фактически Вудсток считается основопологателем всех музыкальных фестивалей современности. Ожидание организаторов о количестве посетителей было около 200 тысяч человек, но в итоге число гостей было более 500 тысяч. На ферме организатора фестиваля, Макса Ясгура собирались мировые знаменитости рок-музыки - Джимми Хэндрикс, Джо Кокер, Карлос Сантана и многие другие. В настоящее время легендарный фестиваль Вудсток проводится раз в 10 лет и, по-прежнему, производит интерес для своих фанатов со всего мира.

Фестиваль Сигет, проходящий в Венгрии, Будапешт, был организован в 1993 году для выступления венгерских музыкантов, но быстро вырос и получил

---

<sup>17</sup> Электронный ресурс:

<http://www.ef.ru/blog/language/%D0%BC%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C/> (дата обращения: 04.06.17)

международную популярность. На фестивали присутствует не только музыкальная часть выступлений, но и кинопоказы, художественные выставки, театральные и цирковые представления, спортивные соревнования, кулинарные мастер-классы, различные детские программы, а также благотворительные акции. Важной социальной составляющей фестиваля является акция против расизма, что привлекает внимание прессы и зрителей. Изначально рок фестиваль венгерских музыкантов вырос до масштабов мировой популярности, где выступают знаменитые представители поп-музыки, фолка, рока и электронной музыки со всего мира.

Большая часть популярных ныне фестивалей появились в 1970-е годы. Их совершенствование, видоизменение, развитие и в постоянстве увеличивающийся объем деятельности фестивалей связан не только с новыми зрелищными формами общения в структуре современной городской культуры, но и с постоянными политическими изменениями.

С течением времени стали организовываться тематические фестивали и концерты поп-исполнителей и рока. В каждой стране стали проводить символические ежегодные фестивали международного масштаба на которые приезжали посетители со всего мира, что обеспечивало финансовый спрос и развитие туризма за счет любителей музыки. Ведь прежде всего организаторов интересует спрос на их продукт, который должен развиваться и быть рентабельным.<sup>18</sup>

Примером такого фестиваля можно считать фестиваль «Burning Man», в переводе — «горящий человек» — ежегодное восьмидневное событие, происходящее в пустыне Блэк-Рок (США, штат Невада). Фестиваль начинается в последний понедельник августа, в ноль часов одну минуту. Последний день приходится на День Труда, официальный праздник, отмечаемый в США в первый понедельник сентября, выходной день для большинства организаций. Кульминация происходит в субботу после заката, когда сжигают огромную

---

<sup>18</sup> Электронный ресурс: <http://tutitam.com/iz-zhizni/luchshie-muzykalnye-festivali-evropy-kotorye-stoit-posetit-etim-letom> (дата обращения: 06.06.17)

деревянную статую человека. Существует с 1986г. Тогда проводился он на одном из пляжей Сан-Франциско, а участниками были небольшая группа людей, которые одевались в различные костюмы, тем самым выражая себя, отдыхали и слушали различных исполнителей, в основном рок артистов. Впоследствии круг участников значительно расширился и переехал в пустыню Невада и насчитывает более 70 тыс. посетителей.

Фестиваль «Рок в Рио», который впервые прошёл в Рио-де-Жанейро, Бразилия в 1985 году, стал одним из самых крупных музыкальных фестивалей в мире. Помимо Бразилии этот фестиваль также проводится в трёх других местах – в Мадриде (Испания), Лиссабоне (Португалия). Количество посетителей в 2014 году составляло 700 тыс. человек. Выступают знаменитые рок и поп исполнители.<sup>19</sup>

Фестиваль «Donauinselfest» – Вена, Австрия – 3,1 миллиона посетителей в 2014 году. «Donauinselfest» является самым крупным музыкальным фестивалем в мире. Он проходит в Вене, Австрия и его название переводится как «Фестиваль на реке Дунай». На самом деле, этот музыкальный фестиваль проходит на острове, расположенном посреди реки Дунай. Для того чтобы попасть на фестиваль, нужно сесть на паром. Список музыкантов составляют рок и поп исполнители. И это только несколько примеров таких фестивалей, которые каждый год собирают большое число посетителей.<sup>20</sup>

С течением времени музыкальные фестивали становились все более разнообразны в своем идейном плане и формами проведения. Менялась политика стран, экономическое положение, на смену одним субкультурам приходили новые социально-общественные движения. Технический прогресс набирал обороты. Все это способствовало развитию электронной музыки в социально-культурной среде развитых стран.

В современное время с конца 19в. стала развиваться электронная музыка, как новый вид музыкального творчества. В связи этим все чаще стали

---

<sup>19</sup> Электронный ресурс: <http://www.fashiontime.ru/lifestyle/music/865782.html> (дата обращения:07.06.17.)

<sup>20</sup> Электронный ресурс: <http://allfest.ru/> (дата обращения:07.06.17.)

организовываться музыкальные фестивали электронной музыки, но аудитория была ограничена, в основном, молодыми людьми, которые были ориентированы в новых стилях. С течением времени электронная музыка получила массовую популярность и к 2010 г. фестивали электронной музыки охватили весь мир. По всему миру появились ежегодные фестивали, собирающие огромные массы людей.<sup>21</sup>

В пример можно привести Ultra Music Festival (Майами, США). Быстро прогрессирующий североамериканский оупен-эйр с каждым годом набирает обороты. Из однодневного он превратился в трехдневный, в геометрической прогрессии растет количество гостей и музыкантов. В 2014 году здесь ожидается выступление примерно 200 электронных артистов, среди которых все величайшие диджеи современности. Обращают на себя внимание самобытные декорации Ultra Music Festival – небоскребы, огромные прожекторы, необычные индустриальные арт-объекты.

Tomorrowland (Бум, Бельгия) Бельгийский трехдневный фестиваль является одним из самых масштабных в мире. Рекордными стали 120 000 гостей, посетивших его в 2013 году. И это не предел. В 2016 году фестиваль посетило более 200тыс. человек. Уникальностью фестиваля считается его огромная территория с уникальными арт-объектами. Существует американский последователь Tomorrowland под названием TomorrowWorld, также собирающий множество любителей музыки.

Creamfields, один из самых масштабных британских танцевальных фестивалей, проводится в графстве Чешир. На нем представлены лучшие музыканты мира. Впервые фестиваль был проведен в 2000 году в Англии. После успеха мероприятия на родине, организаторы решили провести ряд open-air по всему миру. За свою десятилетнюю историю Creamfields побывал в

---

<sup>21</sup> Электронный ресурс: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/travel/199867-summer-break> (дата обращения:08.06.17.)

Испании, Аргентине, Ирландии, Мексике, России, Перу, Чехии, Уругвае, Чили, Бразилии, Турции, Польше и Португалии.<sup>22</sup>

Приведенные выше примеры являются только малой частью мероприятий, проходящих ежегодно по всему миру.

### **История развития музыкальных фестивалей в России**

Что касается нашей страны, то первые музыкальные фестивали в СССР появились лишь в 30-годах XX века. Устраивались они в Ленинграде. Большое распространение получили лишь с конца 50-х годов. Из-за политической обстановки, в СССР, не о каком событийном туризме мировых масштабов не могло быть и речи. Первые музыкальные фестивали представляли собой выступления исполнителей классической музыки. Значения эти фестивали имели лишь на местном уровне, известность фестивалей редко выходила за пределы города. Особое внимание музыкальные фестивали получили лишь в 1957 году. Произошло это после VI Всемирной фестиваль молодежи и студентов. Фестиваль готовился в течение двух лет. Это была запланированная властями акция по «освобождению» народа от сталинской идеологии. Лозунг фестиваля был — «За мир и дружбу». Данное мероприятие собрало на тот момент просто неслыханное количество посетителей, на главный форум молодых борцов за мир планеты собрались 34 тысячи человек из 131 страны мира. Фестиваль длился две недели и стал одним из самых значимых и интересных событий для советских юношей и девушек — и самое главное, что он оказался самым массовым за свою историю. Он пришелся на середину хрущевской оттепели и запомнился всем участникам, как невероятно открытый и свободный фестиваль своего времени. Приехавшие иностранцы свободно общались с москвичами, это не преследовалось. Так же для просто посещения были открыты Московский Кремль и парк Горького. За две фестивальные

---

<sup>22</sup>Электронный ресурс: <https://daily.afisha.ru/series/366-muzykalnye-festivali/> (дата обращения: 08.06.17.)

недели было проведено множество музыкальных концертов и свыше восьмисот мероприятий различного характера.<sup>23</sup>

С 1999 года в Тверской области, в первой половине июля стал ежегодно проводится крупнейший в России фестиваль рок-музыки под открытым небом «Нашествие». В 2016 году за три дня фестиваль посетило около 205 тыс. человек.

Что касается фестивалей электронной музыки, в России до недавнего момента они редко организовывались, а если и проводились, то масштабы их не достигали огромного количества людей и посещали их в основном местные жители, или жители ближайших регионов. Но было событие, открывшее путь процветания музыкальных фестивалей – это мероприятие «Казантип». Изначально местом проведения был мыс Казантип в городе Щелкино, на берегу Азовского моря в республике Крым, принадлежащей тогда Украине. Мыс Казантип получил известность, как место для занятия виндсерфингом. В 1991 году Никита Маршунок – активист виндсерфинг-движения основал федерацию и стал ее президентом. В рамках федерации виндсерфинга стали проводиться ежегодные соревнования и по окончании их организовывались пляжные вечеринки, которые положили основание для фестиваля. После того, как количество участников возросло до нескольких тысяч человек, организацию вечеринок переместили на территорию недостроенной Крымской АЭС в 7 км от мыса. Фестиваль стал быстро приобретать известность по всей территории СССР. С 2001 по 2013 года рейв проводился в селе Поповка, Евпатория и каждый год имел определенный тематический слоган. На фестиваль стремились попасть люди не только с ближнего зарубежья, но и со всего мира. В 2012 году, по данным визового отдела, фестиваль посетили более 30 тысяч человек, среди них были граждане более чем из 100 стран, что делало фестиваль успешным в экономическом плане и развивало туризм в регионе. В 2016 после присоединения республики Крым к составу Российской Федерации власти запретили проведение фестиваля на территории республики. Причиной

---

<sup>23</sup> Электронный ресурс <http://bse.sci-lib.com/article078909.html> (дата обращения: 07.06.17.)

стали нарушения противопожарные и антитеррористические нормы федерального законодательства. Проведение фестиваля в течении долгого времени, способствовало развитию событийного туризма в регионе и сделало востребованным проведение музыкальных мероприятий.<sup>24</sup>

В 2014 году в Нижнем Новгороде в селе Б.Козино ежегодно стало проходить грандиозное музыкальное событие, фестиваль электронной музыки и технологий «Альфа Фьюче Пипл». Он открыл перед людьми новый формат проведения, на которое приезжают люди со всей России и со всего мира. Список выступающих артистов составили звезды мировой величины. В 2016 году его посетило 60 тыс. человек.

### **Состояние и перспективы развития музыкальных фестивалей в России**

На сегодняшний день и в частности музыкальные фестивали в нашей стране очень популярны и способствуют не только развитию событийного туризма и культурно-социологической среды. Конечно, организация фестивалей еще не до конца соответствует высшему уровню проведения, но на примере AFP можно убедиться, что это только старт крупного бренда и с каждым годом фестиваль становится лучше для своих гостей.

Большое количество людей по хорошим отзывам, способствуют еще большему привлечению посетителей, и не только людей, находящихся в ближайших регионах, но и жителей со всей России и ближнего зарубежья. К тому же с каждым годом присутствует все большее количество иностранцев с далеких от нас стран, которые через интернет узнают о таком крупном событии. Ведь в связи с экономическими выгодами для них становится наиболее рентабельным посетить фестиваль, услышав своих любимых звезд, и отдохнув на природе, за меньшую цену.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Электронный ресурс: <http://ussrvopros.ru/kultura-i-sport/sovetskaya-estrada/565-festivali-i-konkursy-vremjon-sssr> (дата обращения: 06.06.17.)

<sup>25</sup> Электронный ресурс: <https://miridei.com/idei-puteshestvii/russia/20-muzykalnyh-festivaloj-rossii/> (дата обращения: 005.06.17.)

Организаторы имеют несколько вариантов создания фестиваля. Это может быть как творчески реализованный проект, с какими-то новыми «фишками» и интересными идеями, способный найти своего гостя. Или же возможен вариант организации уже известного за рубежом фестиваля, раскрученного и уже имеющего большое имя бренда, т.е. работа по франчайзингу. Такой путь может принести успех, т.к. большое количество людей любого возраста знакомы с такими зарубежными событиями, проходящими в других странах.

Идея организации музыкальных фестивалей заключается в концептуальности предлагаемого продукта, предлагающих посетителям инсценировать определенные переживания<sup>26</sup>.

Перспективы развития организации музыкальных фестивалей в России велики, т.к. эта ниша еще не заполнена и уровень конкуренции низкий, что открывает возможность организаторам создавать такие фестивали, развивая событийный туризм и экономику региона.

В первой главе был рассмотрен опыт организации событийного туризма, как в мировой практике, так и в Российской Федерации. Мы пришли к следующим выводам: событийный туризм имеет социокультурную и экономическую значимость для развития регионов и общества в целом. В первом своем качестве он обеспечивает установление диалоговых, наполненных взаимным интересом и уважением друг к другу отношений между отдельными регионами и целыми странами. Во втором – является доходной статьей для его организаторов и территории проведения. В полной мере это относится и к такой разновидности событийного туризма как музыкальные фестивали.

В мировой практике накоплен большой опыт проведения музыкальных фестивалей, обоснована и подтверждена на практике их экономическая рентабельность. В России до сих пор музыкальные фестивали являются

---

<sup>26</sup> См.: Магидович М.Л. Стратегии взаимодействия индустрии туризма и музыкальной культуры на примере г. Санкт-Петербурга // Известия Санкт-петербургского государственного экономического университета. 2012. №2. С. 84-87.

редкостью и несут на себе скорее имиджевую составляющую для региона. Зачастую проводятся под патронажем и используя ресурсы местных и региональных властей. Как доходная деятельность они пока не рассматриваются.

В следующей главе мы рассмотрим вопрос о перспективах событийного туризма как бизнеса в г. Томске.

## **2. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ТОМСКЕ**

### **2.1. Рынок событийного туризма в Томской области**

Томская область – это большая территория, напоминающая по своей структуре сложную геометрическую фигуру, протяженность которой 600 км с севера на юг и 680 км с запада на восток. Площадь Томской области составляет 317 тысяч кв. км, и это превышает площадь некоторых европейских стран. (Великобритания - 244 тыс. кв. км, Италия – 301 тыс. кв. км), Польша - 317 тыс. кв. км, и др). Томская область богата растительными и минеральными природными ресурсами. На территории области обитают множество животных, рыб, птиц. Имеет известность о наличии минеральных вод и грязи, что дает возможность для лечения и оздоровления специальных медицинских учреждениях и санаториях, таких как «Ключи», «Синий Утес» или «Чажемто». На сегодняшний день Томская область является одним из крупнейших поставщиков нефти и газа в России и за рубежом. Так же имеет репутацию города студентов. За счет широкого использования местных природных ресурсов, область имеет возможность продуктивно реализовывать план развития экономики региона. Природные составляющие Томской области создают подходящие условия для развития рынка туристских услуг, удовлетворяя эстетические чувства людей и обеспечивающие их всем необходимым для полноценного отдыха. Для любителей единения с природой и лесными прогулками, не далеко от города, Томск располагает охотничьими и рыбацкими угодьями, ягодными и грибными местами. С наступлением лета большое количество томичей выезжают на природу. Излюбленными местами для отдыха на природе являются такие реки как: Томь, Обь, Басандайка, Киргизка, Ушайка, и др. Учитывая природные богатства и особенности региона, администрация города поддерживает развитие сферы туристской предпринимательской деятельности. Согласно прогнозу Всемирной туристической организации (ЮНВТО), наиболее востребованными и

потенциально развивающимися сегментами туристского рынка являются: культурно-познавательный; экологический туризм; и специализированный (спортивный, научный, учебный, событийный). Одной из главных тенденций развития сферы туристических услуг является сокращение времени, которое люди могут выделить на отдых и путешествия. Следовательно, повышенным спросом будет пользоваться туристический продукт, предусматривающий максимум удовольствий и впечатлений при минимальных затратах времени. Здесь во внимание берется событийный туризм, который является перспективным видом туризма в Томской области.<sup>27</sup>

Каждый год Томский Государственный Университет (ТГУ) организует учебно-практические конференции международного уровня под название «Возможности развития туризма в Сибирском регионе и сопредельных территориях». Также стоит отметить, что с 26 по 27 мая 2011 г., состоялся 14 инновационный форум, который собрал три тысячи участников. Приехали представители из 19 стран ближнего и дальнего зарубежья и почти из 70 регионов России. А. Суров в статье «Достойный финал» подчеркивает: «Ажиотаж оказывается столь высоким, а желающих так много, что стало ясно, без конгресс-центра не обойтись. Форум показал, что Томск по праву претендует на Федеральную площадку для разработки программы «Инновации-2020». Но вот до международного уровня явно недотягиваем». По экспертной оценке, порядка 70% российских и 90% иностранных туристов пребывает в регион с деловыми целями. Большую долю в нем формирует конгрессный туризм. Каждый год администрацией Томской области, организациями вузовского комплекса, томских научных центров СО РАН и СО РАМН, проводится значительное количество научно-деловых мероприятий различного уровня. Однако регион Томской области делает ставку не только на развитие делового туризма, но и на расширение культурных связей и новых элементов работы с населением.

---

<sup>27</sup> Электронный ресурс: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=&freg=252> (дата обращения: 06.06.17.)

Ключевыми факторами, которые сдерживают рост конкурентоспособности туристской индустрии Томской области, и, препятствуют реализации туристско-рекреационного потенциала региона, являются:

- слабо развитая, или отсутствующая в некоторых районах, инфраструктура туристских объектов. Это является барьером для привлечения частных инвестиций в туристскую индустрию;
- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточное количество средств размещения туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих объектов природного и историко-культурного наследия, являющихся экскурсионными объектами, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры);
- несформированный имидж Томской области как региона, благоприятного для туризма, и недостаточное продвижение регионального туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках .

Событийный туризм в Томске считается одним из видов внутреннего и въездного туризма, и основывается на посещении событий, представляющий туристский интерес для посетителей Томска.

События, способные привлечь гостей города Томска, нуждаются в особом перечислении как туристское достояние.

Туристский интерес представляют посещение фестивалей, конференций, деловых межрегиональных выставок, спортивных соревнований спорта высоких достижений, политических и гражданских форумов.

Количество иногородних посетителей увеличивается при заблаговременном появлении о предстоящем событии. «Томск — город-форум» — один из необходимых разделов программы развития туризма в Томской области.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Постановление «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013 – 2017 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://old.duma.tomsk.ru/files2/23251\\_Razvitie\\_vnutrennego\\_i\\_vezdnogo\\_turizma\\_na\\_territorii.pdf](http://old.duma.tomsk.ru/files2/23251_Razvitie_vnutrennego_i_vezdnogo_turizma_na_territorii.pdf) (дата обращения: 06.06.2017).

Праздники, фестивали, конференции проходившие в Томской области, в качестве самостоятельных движений:

- Томский карнавал (июнь).
- Экстрим-поход-шоу для туристов и журналистов в Обь-Томском междуречье (Последний герой по-томски) в августе.
- Томский фестиваль путешественников (март). Лыжная туриада в Обь-Томском междуречье (март).
- Маёвки, слёты туристов, (май – сентябрь).
- Фестиваль средневековой культуры «Серебряная башня» (сентябрь).
- Праздник топора (август).
- ТомскРафт, открытая томская конференция водных туристов (январь).
- Чемпионат по строительству снежных хижин «Золотая иглу» (23 февраля).
- Детско-юношеский фестиваль авторской песни «Каркуша» (февраль).
- Фестиваль коренных народов севера «Легенды Севера».
- Фестиваль авторской песни «Бабье лето» (август).
- Фестиваль авторской песни «Новогодний снеговой» (декабрь).
- Маршрут Деда Мороза, туристский карнавал (декабрь).
- Фестиваль «Большой рыбы» в Каргасокском районе (август).
- Этно-экологический фестиваль «Родники» в с. Кривошеино (ноябрь).
- Межрайонный фестиваль «Праздник гриба», II фестиваль на берегу озера Щучье в с. Сулзат (август).

Далее нужно установить связи между слабыми и сильными сторонами, а также возможностями и угрозами, для этого необходимо построить матрицу SWOT-анализа, которая приведена в таблице 2.

Таблица 2. SWOT-анализ развития событийного туризма в Томской области

Сильные стороны развития событийного туризма	Слабые стороны развития событийного туризма
<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие большого количества ресурсов для развития событийного туризма;</li> <li>- наличие крупного гостиничного комплекса;</li> <li>- опыт проведения событийных мероприятий.</li> <li>- развитая транспортная система области;</li> <li>- заинтересованность населения области в развитии въездного и внутреннего туризма;</li> <li>- развитая инфраструктура питания;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проблема финансирования событийных мероприятий;</li> <li>- недостаток квалифицированных специалистов в туристской индустрии;</li> <li>- отсутствие современных автотранспортных средств для обслуживания туристских потоков;</li> <li>- недостаточный брендинг области;</li> <li>- отсутствие придорожного сервиса;</li> <li>- недостаток маркетинговых мероприятий.</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие межрегиональных связей;</li> <li>- сочетание нескольких видов туризма;</li> <li>- развитие туристской инфраструктуры за счет привлечения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- низкий спрос населения на услуги въездного и внутреннего туризма Томской области;</li> <li>- высокая стоимость билетов на междугородний и пригородный</li> </ul>

<p>инвестиций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рост экономического потенциала за счет развития рынка услуг;</li> <li>- повышение привлекательности Томской области;</li> <li>- возможность получения государственного финансирования в рамках ФЦП.</li> </ul>	<p>транспорт.</p>
--	-------------------

«Сильные стороны» – «Возможности»:

1. Использование природно-рекреационного потенциала и материально-технической базы с целью развития событийного туризма.

2. Использование дополнительных видов туризма (например, событийный и культурно-познавательный) с целью привлечения дополнительных туристов в регион, а также формирование туристских пакетов услуг.

3. Формирование современной индустрии гостеприимства и материальной базы туризма на основе привлечения частных и государственных инвестиций с целью увеличения потока туристов в регион.

4. Привлечение иностранных туристов в регион за счет повышения качества услуг, предложения уникальных видов туризма, а также упрощения визовых и таможенных формальностей.

«Слабые стороны» – «Возможности»:

1. Развитие материальной базы туризма и формирование современной индустрии гостеприимства в регионе.

2. Сглаживание факторов сезонности за счет проведения событийных мероприятий.

3. Привлечение инвестиций в туризм, как частных, так и государственных, на основе разработки финансово-обоснованных проектов(бизнес-планов).

4. Направленность на туристов из регионов Сибирского федерального округа, а также иностранных туристов.

8. Активное формирование научного и кадрового потенциала регионов в области туризма посредством подготовки кадров.

«Сильные стороны» – «Угрозы»:

1. Сохранение природно-рекреационного потенциала региона.

2. Повышение качества услуг с целью повышения их конкурентоспособности относительно других регионов, в том числе регионов Сибирского федерального округа.

3. Привлечение государственных инвестиций за счет разработки бизнес-планов, которые были бы направлены на развитие присущих Томской области видов туризма (не только событийный, но и деловой туризм, культурно-познавательный, образовательный, лечебно-оздоровительный, паломнический, этнографический, экологический, экстремальный, речной, железнодорожный, сельский).

4. Формирование положительного туристского имиджа региона на международном и внутреннем туристских рынках.

5. Увеличение потока туристов за счет развития внутренней системы регионального туризма и привлечения местных жителей.

«Слабые стороны» – «Угрозы»:

1. Активизация поддержки со стороны государственных органов власти на уровне региона в части законодательной деятельности, а также поиск необходимых финансовых ресурсов для поддержания материальной базы туризма.

2. Распространение информации о существующих в регионе туристских продуктах посредством современных информационных технологий.

3. Создание системы непрерывного мониторинга состояния событийного туризма Томской области.

Проведённый SWOT-анализ позволяет сделать обобщающий вывод, что при целенаправленной и ресурсно-обеспеченной региональной политике можно нейтрализовать большинство слабых сторон развития событийного туризма Томской области.<sup>29</sup>

## **2.2. Состояние и перспективы развития музыкального туризма в городе Томске**

### **Состояние музыкального туризма**

На сегодняшний день музыкальный туризм рассматривается как отдельное направление событийного туризма и отличается особенной самостоятельной культурой проведения, имеет определенные параметры мероприятия и побуждает к социальной инициативе. Для того, чтобы выяснить состояние музыкального туризма в г.Томске и Томской области, необходимо проанализировать рынок предложений, связанных с музыкальными событиями, или массовыми музыкальными концертами.

Томск – это город контрастного населения разного возраста, которые имеют разнообразные интересы в проведении культурного досуга. Что касается музыкальных концертов и фестивалей, город имеет опыт проведения подобных мероприятий.

С 2008 года в Томске проводится молодежное музыкальное событие живой музыки «Muz-Online.Томск», проходящее в форме конкурса, где выступают талантливые рок группы и исполнители из Томска и ближайших

---

<sup>29</sup> Учитель Ю. Г., Учитель М. Ю. SWOT-анализ и синтез –основа формирования стратегии организации. – М.: ЛИБРОКОМ, 2010. – 326 с.

регионов. Фестиваль каждый год посещают около тысячи зрителей. Фестиваль проходит на закрытой площадке, в клубе «Театро». Для оценки выступающих исполнителей приглашаются имениты гости отечественного шоу-бизнеса, такие как рок-музыканты Александр Ф. Скляр, Глеб Самойлов и музыкальный критик Артемий Троицкий. Фестиваль «Muz-Online. Томск» входит в число 12 молодёжных брендов Томской Области по результатам общественного голосования, проводимым молодежным парламентом, наряду с командой КВН «Максимум», футбольным клубом «Томь» и др.<sup>30</sup>

Конкурс молодых композиторов имени Эдисона Денисова - существует при поддержке Министерства культуры РФ и Департамента по культуре и туризму Томской области. Организатором конкурса является Томский музыкальный колледж имени Э.В. Денисова – открывает томским слушателям новые композиторские имена и знакомит с ведущими исполнителями России и зарубежья, не бывавшими ранее в Томске. Данное мероприятие ориентированно на ценителей профессионального исполнительского искусства.<sup>31</sup>

«Праздник Топора» является одним из ярчайших событий в жизни Томской области. Международный Фестиваль – конкурс «Праздник Топора», по праву можно назвать одним из брендов Томской области и главным мероприятием года в области возрождения традиций сибирского деревянного зодчества. За четыре дня фестиваль посещает более 100 000 человек из разных уголков планеты. Несмотря на формат проведения фестиваля в виде конкурсной основы, на фестивале проводится множество мероприятий развлекательного характера, спортивные состязания и кулинарные шоу, а вечером проходит выступление музыкантов. В 2016 году на сцене состоялось выступление известного по всей России музыкального проекта «Нейромонах Феофан», сопровождающееся лазерным 3-D шоу.

---

<sup>30</sup> Электронный ресурс: <http://muz-online.info/glavnaya.html> (дата обращения: 04.06.17.)

<sup>31</sup> Электронный ресурс: <http://tmk.tomsk.ru/afisha/competitions/444-iii-> (дата обращения: 04.06.17.)

Летом 2013 года в Томске проходило карнавальное шествие, ознаменованное Днем города и Днем молодежи. После праздничной программы и проведения карнавала на нижней террасе Лагерного сада на берегу Томи состоялось выступление дэнс-команды «ЮДИ», а далее прошел праздничный концерт, на котором выступили томские молодежные группы. Хедлайнерами вечера стали музыканты – певица Ньюша и диджей Руслан Нигматуллин. На концерте присутствовало около 10 тысяч зрителей, в основном состоящей из молодежи.

На основе вышеописанных мероприятий можно понять, что в г.Томске и Томской области нередко проходят музыкальные мероприятия, но рассчитаны они, в основном, для небольшого круга людей, и охватывают лишь идейных единомышленников. А при массовых праздниках, аудитория не ориентирована конкретно на музыкальное событие, а лишь как на дополнительный элемент праздника. Следовательно, рынок предложений для покупателей отсутствует, т.е. музыкального туризма в Томске нет, потому что нет определенных событий музыкального характера, охватывающих не только жителей города, но и выходящего своей известностью за пределы региона.

### **Перспективы развития музыкального туризма в г.Томске**

Проблемой отсутствия музыкальных событий для широкого круга лиц, могут быть различными. Можно сказать, что основным фактором является отсутствие площадки для проведения массового события. Городские площади не позволяют вместить большое количество людей, и будет сложным добиться проведения коммерческого события длительного по времени. А чтобы организовать мероприятие за чертой города, необходима развитая инфраструктура, четкая организация и привлечение инвесторов. Если учитывать основную целевую аудиторию лиц, для которых музыкальное событие будет интересным и актуальным, то это, в основном, молодые люди от 18 до 35 лет, которым будет интересно событие с выездом за город. Но пока такого музыкального события нет и организация его не предвидится. В связи с

этим можно сказать, что событийный туризм в Томске в виде музыкального фестиваля невозможен, по причине отсутствия каких-либо музыкальных событий, способных привлечь людей не только из других стран, но и из ближайших регионов.

Выяснив, что г.Томск не обладает возможностью проведения музыкальных фестивалей, в качестве альтернативы, для жителей города, в виду отсутствия опыта посещения такого события, может показаться актуальным и новым поездка на крупный музыкальный фестиваль международного масштаба.

Для этого нужно проанализировать рынок туристических компаний, предлагающих организованные туры на музыкальные события регионы России, а также за рубеж. На Томском рынке туристских услуг действует не малое количество турагентств, предоставляющих услуги жителям и гостям города. Компании, как правило, занимаются въездным, выездным и внутренним туризмом, работая по таким видам туризма как:

- Культурно-познавательный;
- Деловой;
- Лечебно-оздоровительный;
- Круизный;
- Приключенческий;
- Образовательный;
- Экологический;
- Событийный и др.

Туристические компании работают на определенную целевую аудиторию, предлагая компетентные услуги по организации туров, экскурсионных программ, экспедиций и многое другое.

Туры на музыкальные фестивали – это новое направление, возникшее в результате проведения фестивалей музыки. Жителям отдаленных регионов от места проведения события не всегда удастся попасть на него, т.к. затраты на

билет до пункта назначения бывают колоссальными, будь то ж\д или авиа транспорт.

Если рассматривать Томск, то туры на музыкальные фестивали никогда не организовывались. Связано это, прежде всего, с большой отдаленностью крупных городов, где проходят крупные музыкальные события страны, будь то фестиваль «Нашествие», проходящий в Тверской области, или фестиваль «Alfa Future People» («Альфа Фьюче Пипл»), организуемый в Нижнем Новгороде.

Изучив информацию и проанализировав на сайтах туристских компаний и в интернете, не было найдено ни одного организованного тура из Томска на какое-либо музыкальное событие в России. Этот результат утверждает отсутствие музыкально-фестивального туризма в г.Томске, что открывает возможность занять эту нишу.

В качестве примера организации тура на музыкальное событие используем крупнейший музыкальный фестиваль электронной музыки и технологии «Alfa Future People» («Альфа Фьюче Пипл»). Для разработки тура следует: выявить целевую аудиторию, выявить потенциальные возможности тура, составить маршрут путешествия, обеспечить информационно-методические указания, совершить расчет стоимости тура, обеспечить продвижение тура на рынок.

Во второй главе был рассмотрен рынок событийного туризма в Томской области, проанализировано состояние музыкального туризма в г.Томске. Также рассчитан музыкальный тур, как альтернативное предложение для жителей города, по причине отсутствия музыкального туризма в Томской области.

## **2.3. Разработка музыкально – фестивального тура «АФР Томск» («Альфа Фьюче Пипл Томск»)**

### **Выявление целевой аудитории**

Музыкальные фестивали пользуются популярностью у туристов абсолютно разных возрастов, но объединяет их одно – активный отдых, желание увидеть новое, ощутить атмосферу праздника. Они соединяют в себе множество целей и задач, и даже если турист едет на небольшой срок, то такая поездка будет насыщена различными событиями, а впечатления запомнятся надолго.

Главной целью поездки будет являться, прежде всего, посещение самого фестиваля. Но, как правило, у туриста возникнет желание не только посетить мероприятие, но и ближе познакомиться с городом, архитектурой, культурными ценностями, местным колоритом. В связи с этим, сопутствующими целями будут осмотр достопримечательностей города, в котором проводится этот фестиваль – обзорные экскурсии, походы в музей и просто прогулки по городу. Также музыкальные фестивали способствуют развитию региона как в культурном плане, так и в раскрытии туристского потенциала региона.

Что касается фестивалей электронной музыки, то ядро целевой аудитории будет, в большинстве случаев, молодые люди от 18 до 35 лет, слушающие электронную музыку и имеющие активную жизненную позицию.

Томск – город студентов и имеет большое количество таких людей, которые любят активный отдых и приключения.

Alfa Future People – международный фестиваль электронной музыки и технологий, проходящий с 2014 года в Нижнем Новгороде, в селе Большое Козино который в 2017 году пройдет уже в четвертый раз на тайном нижегородском аэродроме на берегу Волги. Основным организатором является Альфа-Банк, при поддержке партнеров: MasterCard, Билайн, Mentos, Miller,

Casa Musica, K\_Player, Burn, Volkswagen, Borjomi. Генеральными информационными партнерами являются: ТНТ Music, РБК, Europa Plus, Woman's Day. Представлена официальной соцсетью ВКонтакте.

AFP предлагает развитую инфраструктуру – кемпинги, парковка, бесплатный wi-fi и точки для зарядки гаджетов. Для большего комфорта и безопасности гостей фестиваля предусмотрена система безналичных платежей. Имеется фудкорт, где представлена разнообразная еда на любой вкус, включая блюда американской, мексиканской, греческой, паназиатской, русской кухни и блюда для вегетарианцев.

Помимо музыкальной программы, гости фестиваля Alfa Future People могут заняться спортом и посетить зону технологий. На интерактивной выставке в зоне технологий гостей фестиваля ждут самые последние новинки электроники, современные гаджеты, роботы и транспортные средства, а также лекции блогеров и ведущих специалистов в области технологий. Всем, кто следит за здоровьем и предпочитает профилактику лечению, предложат бесплатные консультации и тесты в медицинском шатре.<sup>32</sup>

Попытаемся выяснить, что предпочтут люди от 18 до 35 лет, активный отдых с самостоятельным маршрутом путешествия, либо посещение ежегодного музыкального события организованной группой. Участниками были друзья друзей в социальной сети «ВКонтакте» в количестве 70 человек разного пола и рода деятельности:

- 42 человека ответили, что хотели бы посетить фестиваль, узнав о нем подробнее;
- 28 человек предпочли отдых на море, но так же заинтересовались мероприятием.

---

<sup>32</sup> Электронный ресурс: <https://afp.ru/> (дата обращения: 04.06.17.)

## **Технология разработки тура (структура)**

Для того чтобы разработать тур нам следует разобраться и проанализировать окончательный туристский продукт, который мы будем предоставлять.

Генерализация туристского продукта – это процесс отбора и обобщения содержания и свойств компонентов и работ при включении их в пакет туристского обслуживания в соответствии с целевой или тематической направленностью конкретного тура и возможностями их поставщиков или исполнителей. При разработке тура следует соблюдать главный принцип – цель путешествия и получения впечатлений. Рассмотрим этапы технологии разработки тура.

### Маркетинговые исследования (выявление потенциальных возможностей и формирование тура)

Большое разнообразие функций маркетинга показывает разносторонность маркетинговой деятельности, которая направлена, в конечном счете, на доведение товара до сферы потребления и, соответственно, на удовлетворение потребностей аудитории. Целью маркетингового исследования является создание информационно-аналитической базы для принятия решений, тем самым снижением уровня неопределенностей.

Идея тура заключается в летнем посещении технологичного музыкального фестиваля, отдых на природе и посещение значимых исторических частей города Нижний Новгород. Цели его посещения – это получение нового опыта путешествий организованной группой и получения впечатлений от атмосферы события.

География маршрута (перспективное планирование тура). Организуя тур из Томска, до Нижнего Новгорода можно добраться 3 способами: автобусом, поездом, либо самолетом. Транспортный вариант поезда и самолета будет более материально затратным, нежели автобус. Учитывая возраст целевой аудитории – это молодые люди, в основном студенты, следует выбрать менее

затратный вариант автобуса. Так же это более экстремальный способ приключений. Далее нужно преодолеть 3200 км, чтобы оказаться на месте. Маршрут пролегает по трассе E22 через такие города как Новосибирск, Омск, Тюмень, Екатеринбург, Пермь. Примерное время в пути, учитывая остановку на 5-часовой отдых и сон, прием пищи, туалет и гигиену – 55 часов. Далее размещение в отеле на ночь. На следующий день с утра посещение обзорной экскурсии Нижнего Новгорода, после - выдача информационных листов фестиваля и отправление на фестиваль. Заезд на территорию фестиваля через служебный вход, без очереди. Там навигационный инструктаж. Отдых на фестивале. Ночью трансфер до отеля, следующим утром завтрак в отеле, далее трансфер до территории фестиваля, посещение зоны технологий и тестирование гаджетов и технологичных приборов без очереди. Ночной трансфер до отеля. Завтрак в отеле, сборы, отправление до Томска. Остановка в Тюмени на 5-часовой отдых в придорожном мотеле. Приезд в Томск.

#### Договорный этап (заключение договоров с партнерами)

На этом этапе происходит определение партнёра или поставщика услуг. В договоре указывают: предмет договора, основные условия, права и обязанности поставщика, ответственность сторон, порядок расчётов, юридические адреса сторон, форс-мажорные обстоятельства. Договорный этап формирования тура очень важен, так как от него зависит целостность планирования и организации.

#### Договор с трансфертной компанией должен содержать:

- маршрут проезда;
- стоимость услуг аренды автобуса с водителем;
- график остановок в пути;
- материальная ответственность;
- действия в чрезвычайной ситуации.

Договор с гостиничным предприятием должен содержать:

- стоимость номеров, их бронирование;
- скидки;
- условия размещения;
- график заезда;
- материальная ответственность.

Договор с турагентством для обзорной экскурсии:

- время проведения экскурсии;
- стоимость услуг;
- обеспечение транспортом.

Договор с клиентом:

- стоимость предоставления услуг;
- права, обязанности и ответственность сторон;
- срок реализации;
- оформление страховки.

Информационно-методическое обеспечение тура

Созданный туроператором туристский продукт подразумевает его обязательное информационно-методическое обеспечение. Информационно-методическое обеспечение воплощается в подготовке специальной технологической документации, которая призвана полностью описать сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам. Это необходимо для чёткой, оперативной и гибкой работы сотрудников фирмы, а также для возможности постоянного контроля за содержанием тура, его выполнением и для работы над его совершенствованием.

Информационно-методическое обеспечение для каждого тура обязательно включает в себя следующие документы:

Технологическая карта – технологическая документация в виде карты, листка, содержащего основные показатели маршрута, места пребывания, даты заездов, примерное (ожидаемое) количество туристов, программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту, описание. Технологическая карта представлена в Приложении А.

Так же следует создать программу путешествий по маршруту, в которой представлена информация по населенным пунктам прибытия, расстояния между ними, наименования туристских предприятий средств размещения, экскурсии, предусмотренные программой. Программа путешествия по маршруту представлена в таблице 3.

Таблица 3. Программа путешествия по маршруту.

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование туристских предприятий и условия размещения (категории средств размещения)	Запланированные туристские услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов	Внутримаршрутные перевозки
Томск – Тюмень, 1530 км, федеральная трасса E22 04.07, 21.00 – 05.07, 17.00	Каспий, придорожный комплекс, Стандарт		
Тюмень – Нижний Новгород, 1670 км, федеральная трасса E22 05.07, 22.00 – 06.07, 22.00			
	Гостиница Заречная, Стандарт	Обзорная экскурсия по городу Нижний Новгород,  Посещение кремля, городской набережной, катание на фуникулере через реку Волга	Перевозка пассажиров на обзорной экскурсии турагентством «Дилижанс»
			Перевозка пассажиров до села Большое Козино, места проведения фестиваля и обратно до гостиницы
Нижний Новгород – Тюмень, 1670км, федеральная трасса E22 09.07, 12.00 – 10.07, 12.00	Каспий, придорожный комплекс, Стандарт		
Тюмень – Томск, 1530 км, федеральная трасса E22 10.07, 17.00 – 11.07, 13.00			

Информационный лист представляет собой информацию о типе путешествия, основного содержания программы обслуживания в путешествии, протяжённости и продолжительности всего маршрута, пункты пребывания, условия размещения. Также может указываться информация о возрастных ограничениях, рекомендации.

Автобусный тур на фестиваль электронной музыки и технологий «АФР» Маршрут Томск – Тюмень, размещение в придорожном комплексе «Каспий» на 5 часовой отдых, продолжение пути до Нижнего Новгорода. Размещение в 3\* гостинице «Заречная». 07.07. завтрак в отеле посещение обзорной экскурсии по Нижнему Новгороду, далее отправление на территорию фестиваля, по пути выдача пропускных браслетов, регистрация на фестивале. Информирование на территории фестиваля. В 3 часа ночи отправление до гостиницы. Утром завтрак – трансфер на территорию фестиваля – посещение зоны технологий, отдых на фестивале – ночной трансфер до гостиницы. Утром завтрак в отеле 09.07. отправление домой. Маршрут Нижний Новгород – Тюмень, размещение в придорожном комплексе «Каспий» на 5 часовой отдых, продолжение пути до Томска. Остановки на питание и туалет будут производиться каждые 4 часа в пути, либо по необходимости.

Также может выдаваться памятка и именной ваучер. Сопровождающему выдается служебный ваучер.<sup>33</sup>

#### Расчет стоимости тура

Чтобы рассчитать стоимость тура нам необходимо вычислить все наши затраты.

Трансфер: Промониторив Томские сайты компаний, предоставляющих междугородние услуги перевозки людей, я остановил свой выбор на компании «Первое Экскурсионное Бюро». Автобус Kia Granbird рассчитан на 45 мест, имеет сидения класса «люкс» и кондиционер. Стоимость часа аренды автобуса

---

<sup>33</sup> Т.А. Фролова Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.

вместе с работой водителя – 1700руб. Наш маршрут составляет 110 часов в обе стороны.  $110 * 1700 = 187000$  руб. Также автобус будет предоставлять трансфер от отеля до территории фестиваля и обратно 2 дня. За эти 2 дня небольшой работы и простоя компания определила сумму в 12500 руб. за день. Также необходимо учитывать оплату 3дневного проживания водителя в гостинице – 8500 и мотеле - 1000. Итого –  $187000 + 25000 + 8500 = \underline{221500}$  руб.

Размещение:

5-часовое размещение в пути туда-обратно в придорожном комплексе «Каспий»:  $45 * 500 = 22500 * 2 = \underline{45000}$  руб.

Также 3-дневное размещение в гостинице «Заречная»:  $8500 * 45 = \underline{382500}$  руб.

Билет на фестиваль:

Билет категории стандарт –  $4500 * 45 = \underline{202500}$  руб.

Обзорная экскурсия по городу Нижний Новгород от туристического агентства «Дилижанс»:  $275 * 45 = \underline{12375}$  руб.

Страховка «Альфа страхование»:  $192 * 45 = \underline{8640}$  руб.

Реклама в группах «Вконтакте»: Группа «Регион – 70» - 4000, группа «подслушано в Томске» - 3000

$4000 + 3000 = \underline{7000}$  руб.

Итого:  $221500 + 45000 + 382500 + 202500 + 12375 + 8640 + 7000 = \underline{879515}$

$879515$  руб./ 45чел. = **19545** руб. (себестоимость)

Прибавив комиссию 20% получаем:  $19545 * 0.2 = 3909$

$19545 + 3909 = 23454$  руб. Округлим до 23500 руб.

Стоимость тура составила **23500** рублей.

Прибыль тура составила:  $23500 * 45 = 1057500 - 879515 = \underline{177.985}$  руб.

Продвижение тура на рынок

Продвижение тура — это совокупность разнообразных методов и инструментов, позволяющих успешно вывести тур-продукт на рынки, стимулирующих продажи.

Основным продвижением тура будет реклама на сайте, в соц.сетях и информирование постоянных клиентов по электронной почте и смс.

Продвижение в группах ТЭК «Полярис», «Регион – 70» и «Подслушано в Томске» позволит участникам групп увидеть новый для Томска тур продукт. Количество подписчиков «Регион» 141 тыс. человек, а «подслушано в Томске» - 34 тыс. Среди участников групп в основном люди от 20 до 35 лет – а это и есть наша целевая аудитория. Для рекламы в социальных сетях, на сайте, а также для визуального представления тура, необходим логотип тура. Логотип тура представлен в Приложении В.

Во второй главе был рассмотрен рынок событийного туризма в Томской области, проанализировано состояние музыкального туризма в г.Томске, а также рассчитан музыкальный тур, как альтернативное предложение для жителей города, по причине отсутствия музыкального туризма в Томской области. Исходя из второй главы работы, мы можем сделать вывод, что событийный туризм в городе Томске существует как не основной вид туристской деятельности., но активно развивающийся с каждым годом. Имеет плюсы, такие как большой запас туристско-рекреационных ресурсов и привлечение иностранных туристов в регион. Из минусов можно выделить отсутствие финансовых ресурсов со стороны государства для поддержки новых проектов, а также недостаточный брендинг области. Что касается музыкального туризма, в Томске он попросту отсутствует. Причиной является отсутствие таких музыкальных событий, которые бы могли привлечь иногородних жителей или жителей других стран. Следовательно событийный туризм в виде музыкальных фестивалей невозможен. Как предложенная альтернатива для жителей города с предложением музыкального туризма из Томска, был предложен и рассчитан автобусный тур на фестиваль «АФП».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время событийный туризм является популярным и динамично развивающимся направлением в туристской деятельности. Эксперты в области туризма дают прогнозы высокоинтенсивного развития этого вида туризма, предполагая, что в скором времени событийные мероприятия станут лидерами по доходам в сфере туризма, а количество участников событийных будет расти с каждым годом. Популярность событийных мероприятий способствует развитию внутреннего и въездного туризма, а также формированию целей путешествия. Это означает, что каждый человек ориентируется на определенное, интересующее его событие, будь то, спортивное мероприятие, модный показ или фестиваль.

Одним из главных представителей событийного туризма являются фестивали. Фестивали отличает атмосфера праздника, яркости, дружелюбия и фееричности. Связано это, в большей степени, с принципом экономики ощущений, которая все больше проникает в сферу туристской деятельности. Это касается и событийного туризма, где важнейшими факторами являются неценовая конкуренция: вовлечение в совместные действия и инсценировка переживаний. Эти факторы относятся и к фестивалям музыки.

Музыкальный фестиваль – это масштабное музыкальное событие, концерт и выступление на открытой, закрытой площадке, или стадионе, на которой выступают исполнители. Может проходить в форме конкурса или обычного выступления для публики.

В первой главе работы были раскрыты понятия событийного туризма, рассмотрен зарубежный и отечественный опыт событийного туризма, а также рассмотрены понятия музыкальных фестивалей и их особенности.

Во второй главе работы был проведен анализ рынка событийного туризма в Томской области и состояние музыкального туризма в г.Томске. В виду отсутствия в г.Томске музыкальных событий крупного регионального масштаба, можно утвердить отсутствие музыкально туризма в городе.

Существуют различные музыкальные конкурсы авторской песни, выступления, проводятся концерты, но они не достигают крупного охвата населения и остаются неизвестными для людей с других регионов. Следовательно, для граждан города, остается открытым вопрос посещения крупного музыкального события. В качестве альтернативного варианты для посещения такого мероприятия был предложен автобусный тур, на музыкальный фестиваль в Нижний Новгород. В процессе организации были выявлены целевая аудитория, сформирован маршрут тура и создана технология разработки тура. Был проведен экономический расчет и эффективность тура.

В ходе написания работы было необходимо выяснить, являются ли музыкальные фестивали перспективным направлением событийного туризма в Томской области. Отвечая на это вопрос, можно сказать, что музыкальный туризм в Томске невозможен из-за отсутствия событий, и учитывая перспективы развития, так же можно говорить о неспособности организации музыкальных мероприятий регионального или международного масштаба на территории г. Томска.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Глава 9. Событийный туризм. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.;
2. Событийный туризм // Российский Союз Туриндустрии [Электронный ресурс] 2013. – Режим доступа: [http://www.rostourunion.ru/vstuplenie\\_v\\_rst/sobytiyinyi\\_turizm/](http://www.rostourunion.ru/vstuplenie_v_rst/sobytiyinyi_turizm/) (дата обращения: 31.05.17);
3. Электронный ресурс: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-turizm/80-sobytijnyj-turizm> (дата обращения: 04.06.17);
4. Богданов Д.Ю. Специфика событийного туризма в России на примере фестиваля «Железный Град» // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/62931> (дата обращения: 02.06.2017);
5. Электронный ресурс: <http://www.troikatur.ru/page/sobutiunyi-turizm> (дата обращения: 02.06.17);
6. Электронный ресурс: <https://tonkosti.ru/> (дата обращения 02.06.17);
7. Климова Татьяна Брониславовна, Вишневская Екатерина Владимировна Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2014. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-rf-i-za-rubezhom> (дата обращения: 15.06.2017). КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-rf-i-za-rubezhom>;
8. Климова, Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская ; НИУ БелГУ // Научный результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. - 2014. - №1.-С. 35-41;
9. Электронный ресурс: <http://russiatourism.ru/news/1942/> (ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА) (дата обращения:04.06.17);

10. Кондратьев А. Событийная экономика как современный фактор развития городских территорий // Бизнес России: электронный журнал. URL: <http://businessofrussia.com> (дата обращения: 02.06.2017);

11. Давыденко И.В. Доминаты рынка событийного туризма // Вестник. Наука и практика. URL: <http://xn--e1aajfpeds8ay4h.com.ua/pages/view/445> (дата обращения: 02.06.2017);

12. Второй Российский Бизнес-форум «Событийный туризм и маркетинг территорий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ryazantourism.ru/events/8> (дата обращения: 02.06.2017);

13. Музыкальный энциклопедический словарь [Текст]: Гл.ред.Г.В. Келдыш. - М.: «Советская энциклопедия». 1991. - 523с.;

14. Периль, Б. В. Фестивальная практика: опыт case-study // Экология культуры: Инф. бюллетень. - Архангельск, 2002. - № 3 (28). - С. 24-73.;

15. ЖУРНАЛ:СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА  
Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр развития научного сотрудничества" (Новосибирск). Научная статья МУЗЫКАЛЬНО-ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ;

16. Электронный ресурс: <http://www.lookatme.ru/mag/archive/summer-festivals/171271-20-festivaley-i-letnih-puteshestviy> (дата обращения:06.06.17);

17. Электронный ресурс: <http://www.ef.ru/blog/language/C/> (дата обращения: 04.06.17);

18. Электронный ресурс: <http://tutitam.com/iz-zhizni/luchshie-muzykalnye-festivali-evropy-kotorye-stoit-posetit-etim-letom> (дата обращения:06.06.17);

19. Электронный ресурс: <http://www.fashiontime.ru/lifestyle/music/865782.html> (дата обращения:07.06.17.);

20. Электронный ресурс: <http://allfest.ru/> (дата обращения:07.06.17.);

21. Электронный ресурс: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/travel/199867-summer-break> (дата обращения: 08.06.17.);
22. Электронный ресурс: <https://daily.afisha.ru/series/366-muzykalnye-festivali/> (дата обращения: 08.06.17.);
23. Электронный ресурс <http://bse.sci-lib.com/article078909.html> (дата обращения: 07.06.17.);
24. Электронный ресурс: <http://ussrvopros.ru/kultura-i-sport/sovetskaya-estrada/565-festivali-i-konkursy-vremjon-sssr> (дата обращения: 06.06.17.);
25. Электронный ресурс: <https://miridei.com/idei-puteshestvii/russia/20-muzykalnyh-festivalej-rossii/> (дата обращения: 005.06.17.);
26. Магидович М.Л. Стратегии взаимодействия туризма и музыкальной культуры на примере г. Санкт-Петербург [Известия Санкт-петербургского государственного экономического университета](#). 2012. №2. С. 84-87.;
27. Электронный ресурс: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=&freg=252> (дата обращения: 06.06.17.);
28. Постановление «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013 – 2017 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://old.duma.tomsk.ru/files2/23251\\_Razvitie\\_vnutrennego\\_i\\_vezdnogo\\_turizma\\_na\\_territorii.pdf](http://old.duma.tomsk.ru/files2/23251_Razvitie_vnutrennego_i_vezdnogo_turizma_na_territorii.pdf) (дата обращения: 06.06.2017);
29. Учитель Ю. Г., Учитель М. Ю. SWOT-анализ и синтез –основа формирования стратегии организации. – М.: ЛИБРОКОМ, 2010. – 326 с.;
30. Электронный ресурс: <http://muz-online.info/glavnaya.html> (дата обращения: 04.06.17.);
31. Электронный ресурс: <http://tmk.tomsk.ru/afisha/competitions/444-iii-> (дата обращения: 04.06.17.);
32. Электронный ресурс: <https://afp.ru/> (дата обращения: 04.06.17.);
33. Т.А. Фролова Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А. Технологическая карта тура

ООО «ТЭК Полярис»

### ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

**туристского путешествия по маршруту Томск – Нижний Новгород 4.07.2017–06.07.2017; Нижний Новгород – Томск 09.07.2017 – 11.07.2017.**

#### 1. Основные показатели маршрута

Вид маршрута \_\_\_\_\_ Комбинированный маршрут \_\_\_\_\_

Протяженность маршрута (км) \_\_\_\_\_ 6400 \_\_\_\_\_

в т.ч. на транспорте (указать вид перевозки)(км) \_\_\_\_\_ 6400 перевозка пассажиров \_\_\_\_\_

Продолжительность путешествия (суток) \_\_\_\_\_ 7 суток \_\_\_\_\_

Число туристов в группе и число групп \_\_\_\_\_ 45 человек 1 группа \_\_\_\_\_

Всего туристов по маршруту \_\_\_\_\_ 45 \_\_\_\_\_

Начало обслуживания на маршруте \_\_\_\_\_ 04.07.2017 \_\_\_\_\_

Конец обслуживания на маршруте \_\_\_\_\_ 11.07.2017 \_\_\_\_\_

Стоимость путевки (руб) \_\_\_\_\_ 23500 руб. \_\_\_\_\_

Адрес туроператора \_\_\_\_\_ г.Томск, пр.Ленина 75 \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ В. Логотип тура

