

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Институт: ИСГТ
 Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
 Кафедра социальных коммуникаций

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка концепции цветочного фестиваля для развития событийного туризма в Томской области

УДК 338.48-611:7.091.4-035.275 (571.16)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-11Б11	Колтышева Ульяна Ахметовна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент каф. СК	Гончарова Н.А.	к.э.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент каф. СК	Родионова Е.В.	к.ф.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
СК	Н.А.Лукиянова	Проф.,д.ф.н.		

Томск – 2016 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский Томский политехнический университет»

Институт _____ ИСГТ _____
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

Студенту:

Группа	ФИО
3-11Б11	Колтышевой Ульяне Ахметовне

Тема работы: Разработка концепции цветочного фестиваля для развития событийного туризма в Томской области

Утверждена приказом директора (дата, номер)	05.02.2016 №835/с
---	-------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:	15.06.2016
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ;

Исходные данные к работе	Материалы производственной практики, курсовых работ
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	Выявить основные тренды развития событийного туризма в условиях экономики ощущений, проанализировать рынок событийного туризма в Томской области; разработать концепцию цветочного фестиваля в Томской области.

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

Раздел	Консультант
1 глава. Особенности развития событийного туризма в условиях экономики ощущений	Родионова Е.В., к.ф.н.
2 глава. Цветочный фестиваль как актуальная форма развития событийного	Дорохин О.Н., к.и.н.

туризма в Томской области	
---------------------------	--

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
--	--

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Гончарова Н.А.	к.э.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-11Б11	Колтышева Ульяна Ахметовна		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа: 72 страницы, 3 рисунка, 6 таблиц, 30 источников, 3 приложения.

Ключевые слова: цветочный фестиваль, событийное мероприятие, событийный туризм, экономика ощущений, концепция фестиваля, Томская область.

Объектом исследования является – особенности развития событийного туризма в условиях экономики ощущений.

Предметом исследования является - цветочный фестиваль как направление развития событийного туризма в Томской области.

Проблему исследования можно сформулировать в вопросе, является ли цветочный фестиваль актуальной формой развития событийного туризма в Томской области?

Цель исследования – разработать концепцию проведения цветочного фестиваля в Томской области.

В процессе исследования проводились следующие исследования - анализ литературы по проблеме, мониторинг Интернет-ресурсов, экспертное интервью, опрос в социальной сети «Вконтакте».

Степень внедрения: проходит стадию экспертной оценки.

Новизна работы исследования заключается в том, что в нем разработана концепция первого томского цветочного фестиваля.

Практическая значимость работы – заключается в нахождении нового пути развития событийного туризма в Томской области.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ОЩУЩЕНИЙ.....	9
1.1 Влияние экономики ощущений на развитие событийного туризма.....	9
1.2 Зарубежный и отечественный опыт развития событийного туризма.....	14
1.3 Современные тенденции проведения цветочных фестивалей.....	20
2. ЦВЕТОЧНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	27
2.1 Анализ рынка событийного туризма в Томской области.....	27
2.2 Исследование востребованности проведения цветочного фестиваля в Томской области.....	35
2.3 Разработка концепции проведения цветочного фестиваля.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	64
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Программа цветочного фестиваля «Сады феи».....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Паспорт события.....	69
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Бланк заявки на участие в конкурсе в рамках цветочного фестиваля «Сады феи».....	72

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Туризм: временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Событийный туризм: вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием.

Фестиваль: массовый праздник торжественного характера, который проводится в честь какого-либо лица или события.

Экономика ощущений: раздел новой экономики, принципами которого являются неценовая конкуренция, вовлечение в совместные действия и инсценирование переживаний.

Концепция: определённый способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, руководящая идея для их освещения.

ФЗП – Федеральная целевая программа.

ВВП – Валовой внутренний продукт.

СО РАН – Сибирское отделение Российской академии наук.

СО РАМН – Сибирское отделение Российской академии медицинских наук.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Актуальность связана с тем, что сейчас появляется тенденция роста интереса у туристов к событийным мероприятиям, где гость может получить больше впечатлений, чем от стандартных направлений туризма. В конкурентной борьбе российских регионов за туристов активно развивающийся событийный туризм мог бы стать одним из ключевых элементов туристского интереса к региону. С каждым годом в Томской области появляется все больше событий, которые могут привлечь туристов. И одним из таких ярких событий может стать цветочный фестиваль, так как это интересно не только для большого количества населения Томской области, но и для соседних регионов, где такие мероприятия не проводятся.

Степень теоретической разработанности проблемы: Специфике проведения событийных мероприятий посвящено большое количество исследований таких отечественных авторов, как А.В. Бабкин, Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская, А.Е. Назимко, С.А. Глобова, Е.Г. Леонидова, Е.С. Сизикова, и зарубежных авторов: Д. Бурстин, Э. Бинкорст.

Объект исследования – особенности развития событийного туризма в условиях экономики ощущений.

Предмет исследования - цветочный фестиваль как направление развития событийного туризма в Томской области.

Проблему исследования можно сформулировать в вопросе, является ли цветочный фестиваль актуальной формой развития событийного туризма в Томской области?

Цель исследования – разработать концепцию проведения цветочного фестиваля в Томской области.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- Выявить основные тренды развития событийного туризма в условиях экономики ощущений.

- Проанализировать рынок событийного туризма в Томской области.
- Разработать программу проведения цветочного фестиваля.

Структура работы определяется поставленными задачами и исследуемым материалом. Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. В первой главе раскрывается понятие событийного туризма и влияние на него принципов экономики ощущений, дается характеристика зарубежного и отечественного опыта развития событийного туризма, выявляются современные тенденции проведения цветочных фестивалей. Во второй главе проводится исследование рынка событийного туризма в Томской области, исследуется востребованность на проведение цветочного фестиваля, разрабатывается его концепция.

Для решения обозначенных задач использованы следующие **методы**: анализ отечественных и иностранных источников информации по проблеме исследования, мониторинг Интернет-ресурсов, опрос в социальной сети «ВКонтакте», экспертное интервью.

Новизна исследования заключается в том, что в нем разработана концепция первого томского цветочного фестиваля.

Теоретическая и практическая значимость работы.

Данная работа представляет интерес для тех, кто изучает тему событийного туризма, в частности, в Томской области, так как цветочный фестиваль предлагается как новый путь развития событийного туризма в Томской области. В процессе написания работы была составлена смета цветочного фестиваля, программа его проведения, проанализирован рынок событийного туризма Томской области. Результаты, полученные при проведении опроса в социальной сети «ВКонтакте» и экспертного интервью могут быть использованы в качестве вторичных данных проектировании цветочного фестиваля в Томской области.

1. Особенности развития событийного туризма в условиях экономики ощущений

1.1 Влияние экономики ощущений на развитие событийного туризма

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

Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события (национального или международного уровня) и по тематике события:

- Национальные фестивали и праздники (например, фестиваль Св. Патрика в Лондоне, фестиваль культур в Берлине (Германия), парад военных татуировок в Эдинбурге).
- Театрализованные шоу: праздник на льду, шоу Romanza (Германия).
- Фестивали кино и театра: Каннский фестиваль, Канны (Франция), фестиваль оперного искусства, Верона (Италия).
- Гастрономические фестивали: Октоберфест, Мюнхен (Германия); парижский фестиваль шоколада, Париж (Франция).
- Фестивали и выставки цветов: выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания), выставка цветов во дворце Хэмптон Корт, Лондон (Великобритания), фестиваль хризантем (Япония), выставка тюльпанов (Нидерланды).

- Модные показы: Milano Moda Vouna, Милан (Италия).
- Аукционы: аукционы Дрюо, Париж (Франция).
- Фестивали музыки и музыкальные конкурсы: фестиваль Carpićies, Кранс Монтана (Швейцария), музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского, Москва (Россия), музыкальный конкурс «Евровидение».
- Спортивные события: Олимпиады и международные состязания, автогонки Формула 1.
- Международные технические салоны: авиасалон в Ле Бурже, Париж (Франция), авиакосмический салон в Жуковском (Россия) [1, с. 106-107].

Термин «событийный туризм» был впервые использован департаментом туризма и общественности Новой Зеландии в 1987 году, обозначил и закрепил связь между событиями и туризмом. В зарубежной литературе данный термин трактуют как важную альтернативу для дестинации, предпринимателей, а так же основную деятельность органов управления, которые желают увеличить поток туристов [27, с. 98]. Как правило, событийный туризм ориентирован на посещение местности в определенное время и связан с каким-либо событием. При этом, под событием понимается совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для общества или человечества в целом. Событийные мероприятия бывают разного уровня, направления и масштаба. Событие может быть проведено однократно, либо периодически, наблюдаемым ежегодно или в определенные периоды времени [16, с. 124]. В контексте маркетинговых задач типология событий основывается на анализе зарубежного опыта и предусматривает разделение по следующим признакам: по типу маркетинговой среды (спортивное, научное, культурно-развлекательное, социальное, корпоративное, политическое); по характеру взаимодействия (формальное или неформальное); по масштабам целевой аудитории (корпоративные, городские, региональные, государственные) [5].

С организационной точки зрения, событие – это некий проект с вовлечением организаторов мероприятий, спонсоров. Для участников и

посетителей события – это получение культурного опыта, способ проведения досуга, цель путешествия и объект интереса. С другой стороны, событие можно рассматривать как возможность создать дополнительный спрос на конкретный объект проведения досуга или развлечения.

Событийный туризм является сравнительно молодым направлением в индустрии туризма, при этом, доля событийного туризма в секторе туруслуг ежегодно увеличивается. Развитию данного рынка способствуют снижение спроса на групповые поездки и активизация индивидуального туризма, рост популярности туров выходного дня, снижение общей продолжительности турдней, преобладание активных форм отдыха над пассивными. С повышением уровня жизни увеличивается количество туристов, желающих посещать спортивные мероприятия, карнавалы, фестивали, экзотические события и готовых потратить на отпуск довольно большие суммы денежных средств [10].

Что касается экономики ощущений в сфере туризма, то конкуренция, существующая длительное время как конкуренция продуктов и компаний, перешла в свою новую фазу – конкуренцию в инновациях. Инновации привели к такому явлению, как сотворчество с потребителем, экономике ощущений в качестве основы для стоимости турпродукта. Все чаще становятся заметны черты совместного с потребителем создания новых продуктов и расширения экономики ощущений, распространения ее не только в сфере туризма, но и в других. Именно этнографический маркетинг, социология повседневности позволяют изучить определенные потребности людей в контексте их повседневной жизни, повседневных социальных и культурных практик. Необходимо изучать индивидуальность потребителя для того, чтобы понять, как люди, их потребности связаны с социальными группами, общностями, в которых они живут и действуют. «Совместное создание впечатлений» заставляет производителей, организаторов туризма сосредоточивать исследовательское внимание не на функциональности, технологиях, а на повседневной жизни, «жизненных мирах».

Пространство, в котором каждый человек (потребитель, турист) занимает центральное положение, интересует ныне современных исследователей экономики ощущений [12]. Это пространство есть событие. Событие имеет контекст в пространстве и времени, в свою очередь, оно демонстрирует участие в сотворчестве и в производстве ощущений.

Для многих людей в развитых странах мира время, затраченное на отдых и туризм, стало важной частью их жизни. В частности свободное время людей посвящается обретению новых уникальных ощущений (впечатлений), отражающих их собственные личные истории [26, с.47]. Из основных характеристик современной экономики все обращают внимание на обилие поставщиков товаров и услуг, что привело к тому, что их трудно отличить. Туризм столкнулся с той же проблемой. Каждая заинтересованная сторона в сети способна что-то предложить потребителю, и каждая стремится захватить свой кусок, стремясь в каком-либо уникальном городе, области, маленькой деревне найти пространство для новых ощущений. Инсценирование впечатлений в туризме – одна из таких альтернатив. Впечатления, полученные людьми в результате соприкосновения с миром вымысла и фантазии, становясь нематериальным активом, преобразуют экономику туризма [11].

Современные потребители хотят в контексте своего путешествия подлинных аутентичных ощущений, баланса между захваченностью потоком ощущений и контролем над ситуацией, планируемостью и спонтанностью, детерминированной активностью и свободой.

В туризме, в том числе и событийном, сейчас особое значение приобретает понятие «ощущения среды». Исследователи концепции «ощущения среды» считали, что не должно существовать никакой дистанции между спросом и предложением, между клиентом и компанией, туристом и хозяином, пространством туриста и пространством другого. Это должна быть целостная сеть заинтересованных друг в друге акторов, которые, независимо от формы своего участия, будут связаны «созданием зоны впечатлений», среды ощущений [11]. Такой системный подход стирает границы между искусством и

туризмом, культурой, между работой и хобби, спортом и прогулкой. Сегодняшний турист – это не просто человек, стремящийся покинуть дом, а человек, который хочет не только занять позицию «centre-out-there», но и испытать определенные переживания.

Технологии экономики ощущений базируются на определённой классификации ощущений, переживаний, желаний. С одной стороны, желания связаны с миром универсальных ценностей, которые разделяют группы, сообщества; с другой – желания индивидуально окрашены, спонтанны. Но всякий раз, мотивируя потребление, желания включены в социальное пространство [2, с.92].

Экономика ощущений дарует человеку особую свободу – «быть вне и быть собой». Наслаждение жизнью, ощущение своей самодостаточности в экономике ощущений означает по сути одно – свободу проектирования ощущений, впечатлений, желаний, которые отражают сформировавшийся стиль жизни. Очевидно, что желания людей укоренены в бессознательном, они иррациональны, их сложно систематизировать, типологизировать. Но их можно и нужно формировать. Это касается и событийного туризма, необходимо в период проведения событийных мероприятий все больше и больше организовывать что-то креативное, необычное, то, что будет вызывать эмоции, переживания, будет объединять участников и посетителей.

1.2 Зарубежный и отечественный опыт развития событийного туризма

Зарубежный опыт развития событийного туризма весьма разнообразен. Лидерами в этой отрасли являются Великобритания, Италия, США, Франция, Южная Корея. Однако, некоторые специалисты отмечают, что первое место по уровню развития событийного туризма занимает Австралия, где существует отлаженная система стратегического планирования событийных мероприятий, способных максимизировать выгоду от туризма для дестинации [10].

В настоящее время в мире насчитываются десятки городов, которые специализируются на событийной экономике. Среди ярких примеров событийного туризма можно выделить карнавал в Рио-де-Жанейро, о котором знают во всех уголках планеты. Бразильский карнавал уверенно держится в топе туризма среди самых посещаемых мировых событий. Проект собирает 700 тысяч гостей. Затраты на это мероприятие составляют 5,5 млн. долларов. Прибыль – 150 млн. долларов. Еще одним примером событийного маркетинга является Каннский фестиваль, прибыль от которого достигает 200 млн. евро. Каннский фестиваль создал 3200 рабочих мест. Так же пивной фестиваль Октоберфест в Германии считается одним из самых массовых гуляний в мире. На шестнадцать дней Мюнхен превращается в развлекательную нон-стоп площадку. Сюда съезжаются миллионы любителей Баварского пива, со всех концов света. Известно, что он приносит прибыль аналогичную – 0,5 млрд. евро и дает 12 тыс. рабочих мест [10]. Италия также пользуется репутацией «праздничной» страны. Весьма популярным является карнавал в Венеции, который ежегодно проходит в феврале и собирает более 500 тыс. туристов из разных стран мира. В Западной Европе также особенно популярны фестивали различных продуктов. Продуктовые фестивали, весьма распространенный способ продвижения товаров на отраслевых рынках с одной стороны, с другой стороны, проведение фестивалей на определенной территории привлекает внимание и продвигает непосредственно и территорию их проведения. В ряде городов Италии (Турин, Перуджа, Флоренция, Болонья, Виареджо) ежегодно

организуются фестивали шоколада. Знакомство с шедеврами кондитерского искусства итальянских фабрик, выступление популярных ансамблей, дегустация сладостей - такова традиционная программа шоколадного праздника. В Великобритании в апреле традиционно проводится фестиваль продуктов и напитков юго-запада страны в замке Эксетера (столица графства Девоншир). Театр кулинарии с мастер-классами и дегустации вин, ознакомительные семинары и всевозможные шоу - это только часть событийного мероприятия. Особого внимания заслуживают спортивные события. Наиболее ярким примером положительного политического и социально-экономического вклада спортивного событийного туризма являются Олимпийские игры. В процессе подготовки к Олимпийским играм реализуются тысячи проектов, призванных способствовать развитию туризма. Так, следствием предпринятых усилий стали следующие факты, выявленные в ходе социологических исследований среди иностранных туристов, посетивших Олимпийские игры 2000 года в Сиднее:

- 88% из 110 тыс. иностранных туристов, которые посетили Олимпийские игры, скорее всего, снова вернутся в Австралию в качестве туристов;

- около 50% американских туристов, опрошенных в Сиднее в период проведения Олимпийских игр, высказало свою заинтересованность в повторном туристском посещении Австралии.

В период проведения Олимпийских игр был зарегистрирован рост трафика на сайте Австралийской комиссии по туризму в 6 раз, что позволяет предполагать пропорциональный рост интереса к Австралии как месту туристских посещений. Через двенадцать лет после Сиднея в Лондоне (Великобритания) прошли Игры XXX Олимпиады, на этапе подготовки которых планировались макроэкономические результаты, приведенные в таблице 1.

Таблица 1. Прогноз вклада XXX летних Олимпийских игр в развитие Лондона и Великобритании [30]

Изменение ВВП, млн.f	До игр (2005-2011гг.)	В период игр (2012 г.)	После игр (2013-2016 гг.)	Всего
Великобритания	248	1,067	622	1,936
Лондон	3,362	925	1,613	5,900

Сделанный прогноз оказался достаточно достоверным, по крайней мере, в период игр. В июне 2012 года исполнительный директор Организационного комитета XXX летних Олимпийских игр в Лондоне Пол Дейтон в интервью агентству Reuters заявил, что решаемой на тот момент задачей было получение 2,0 млрд. дохода при аналогичной сумме затрат. И 92% необходимого дохода на момент интервью уже было получено [29].

Однако Европейская ассоциация туроператоров считает, что Олимпийские игры негативно влияют на турпотоки. Эксперты ассоциации провели полномасштабное исследование, проанализировали статистические данные летних Олимпийских игр последних лет – Сеул-1988, Барселона-1992, Атланта-1996, Сидней-2000, Афины-2004, Пекин-2008 – и пришли к выводу, что ни один из перечисленных городов не может похвастаться устойчивым ростом турпотока после завершения Олимпиады [17]. Поэтому, дальнейший рост турпотока будет обеспечен только при грамотном системном планировании развития туристских дестинаций. В структуре экономик регионов доля событийного туризма пока еще незначительна, однако, перспективы его развития обсуждаются во многих регионах, так как это возможность поддержки малого и среднего бизнеса, и самое главное – это вопрос сохранения культурно-этнического наследия и сохранения природы. Если рассматривать все подобные мероприятия с точки зрения коммуникативного воздействия, то очевидна их прямая связь с событийным маркетингом, когда событие становится инструментом продвижения территории.

Из российских городов, активно осваивающих событийный маркетинг, кроме Москвы и Санкт-Петербурга, можно выделить Приморский край, Краснодар, Омск, Екатеринбург, Новосибирск и ряд других городов. Так, в Новосибирске помимо различных выставок и концертных проектов ежегодно проводится Международный градостроительный форум и Международный инновационный форум Interra, в рамках которого проходит конкурс на лучшие проекты в сфере территориального маркетинга. 11 сентября 2013 года в Новосибирске состоялось важное событие - конференция «Событийный маркетинг как инструмент развития регионов». Мероприятие проходило в рамках Международной специализированной выставки «Технодрев Сибирь». Главной задачей конференции стало представление индустрии встреч и доказательство того, что она способствует развитию маркетинга на территории региона [10].

К числу значимых международных мероприятий, которые призваны расширить знания о туристских возможностях региона, относятся еще и крупные научные конгрессы и форумы. В Екатеринбурге импульс событийному маркетингу задал саммит глав стран «Шанхайской организации сотрудничества». Проводимый во Владивостоке международный экологический форум «Природа без границ» обозначил вектор развития экотуризма в Приморском крае. Приморье стало традиционным местом встреч представителей власти, бизнеса, общественных организаций – активных участников международного экологического движения. В городе Суздаль (Владимирская область) проводится множество тематических праздников – эти мероприятия собирают большое количество как российских, так и иностранных туристов. Уже стали знаменитыми проводимые на территории Музея деревянного зодчества Гусиные бои и Праздник огурца. Привлекают туристов и «Встреча Нового Года», «Рождество», «Крещение», «Троица», фестиваль «Русская сказка», «Масленица», «Русальная неделя», международный фестиваль «Бабье лето» и другие мероприятия. Ханты-Мансийск в настоящее время стал одним из центров событийного туризма страны. Молодым и

перспективным фестивалем считается фестиваль «Ыбица» в Финно-угорском этнокультурном парке села Ыб, республики Коми. Старинное село Ыб находится под Сывтывкаром. Оно стало базой туристического комплекса, а парк Ыбица стал одним из брендов республики Коми [10].

Олимпийские игры в Сочи не просто привлекли определенную аудиторию, туристов, они объединили население территории, показали всему миру Россию с лучшей стороны, подняв ее имидж. В 2013 году предолимпийский Сочи принял около 3,8 млн. туристов. К 2014 году турпоток в Краснодарский край увеличился на 1,2 миллиона человек по сравнению с 2013 годом [9]. Увеличение количества туристов в Сочи объясняется Олимпийскими играми и «отложенным спросом», то есть в город захотели вернуться те отдыхающие, которые традиционно приезжали в Сочи, но из-за олимпийскихстроек на время выбирали другие курорты. Олимпиада в Сочи дала толчок развитию туризма, как в Сочи, так и во всем Краснодарском крае.

В Российской Федерации событийный туризм является новым направлением, которое характеризуется стремительным развитием в последние годы. Это подтверждается следующими фактами:

- Проведение Всероссийской открытой ярмарки событийного туризма «Russian open Event Expo» (2012 год).
- Появление национальной премии Russian Event Awards, учрежденной Фондом развития общественных связей «Region PR» (2012 год).
- Создание Национального календаря событий РФ 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 Национальной ассоциации событийного туризма (2015 год) [13].

Можно выделить ряд регионов, в которых успешно развивается событийный туризм. Так, в Ростовской области его доля составляет 40 % в

структуре туристической отрасли [4]. В Самарской области это направление также является ключевым. Здесь событийный туризм развивается в рамках реализации туристическо-рекреационного кластера «Событийная агломерация» [19, с. 3]. В ряде регионов РФ данное направление определено как приоритетное для развития: республика Татарстан, Белгородская область, республика Бурятия, Кировская область, Калужская область, Челябинская область, Ярославская область и другие.

К событийному туризму международного масштаба сейчас можно отнести лишь некоторые мероприятия 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 [21].

Таким образом, событийный туризм играет важную роль в решении социально-экономических задач территорий. При этом особую актуальность приобретает включение событийного туризма в программы долгосрочного развития, принимаемыми местными органами власти.

Данные документы должны включать в себя субсидирование средств для развития туристической инфраструктуры, план мероприятий по подготовке кадров, широкий комплекс мер в области информационного продвижения событийных туров. Реализация вышеуказанных мер позволит положительно отразиться на социально-экономическом положении территорий [13].

1.3 Современные тенденции проведения цветочных фестивалей

Прежде чем выявить современные тренды, стоит подчеркнуть особенности проведения наиболее ярких и значимых фестивалей цветов в России и за рубежом.

Выставка ландшафтного дизайна Chelsea Flower Show в Лондоне.

В мае в Лондоне открывается самая престижная выставка в мире в области садового дизайна и цветоводства – Chelsea Flower Show. Эта выставка цветов проводится в лондонском районе Челси на территории королевского госпиталя с 1913 года. Посетителям представляется возможность побывать на феерическом мероприятии, на котором будут представлены авторские работы самых лучших флористов и мастеров ландшафта, а также великое множество товаров для оформления приусадебного участка. Цветочное шоу в Челси – наиболее ожидаемое любителями и профессионалами ландшафтного дизайна мероприятие года, которое пользуется популярностью как у англичан, так и у гостей из множества стран. Выставка проходит при поддержке королевской семьи Великобритании. По традиции одной из первых посещает фестиваль Елизавета II в сопровождении членов царственной династии и первых лиц государства [28].

Лучшие ландшафтные дизайнеры и флористы мира, которых заранее определяет экспертная комиссия Королевского садоводческого сообщества, среди тысяч претендентов, принимают участие в шоу. Они представляют на суждение профессионального жюри композиции неописуемой красоты из живых цветов. Победители конкурса получают главный приз – золотую медаль Челси, в нескольких номинациях: Шоу-сады, Ремесленные, Новаторские и Сады поколений. Помимо фантастической выставки садовых проектов, располагающихся под открытым небом, гости смогут посетить павильон, площадью более 12 000 кв.м., в котором можно будет увидеть и приобрести редкие сорта цветов, декоративных и плодовых растений. В общей сложности в рамках фестиваля к вниманию представляется несколько

сотен экспозиций цветов и достижений садового искусства. На стендах участников по традиции демонстрируются самые модные новинки сезона в сфере озеленения и благоустройства открытых пространств, балконов, террас и крыш. Среди них: эксклюзивные декоративные элементы, малые архитектурные формы, коллекционная уличная мебель, готовые дачные постройки.

Фестиваль Баталья де Флорес в Валенсии.

Мягкий и теплый климат в значительной степени влияет на разнообразие и красоту цветов, которые выращивают в испанском городе. Именно этот факт стал решающим, когда в конце 19 века было принято решение устроить праздник цветов именно в Валенсии. Хотя самый первый фестиваль Баталья де Флорес состоялся в 1891 году в небольшом городке Ларедо, который расположен на противоположной стороне Испании – на побережье Атлантического океана.

Особенностью и отличительной чертой этого фестиваля по сравнению со всеми другими цветочными праздниками мира является то, что после выставки композиций и цветочных платформ происходит настоящая битва, где орудиями служат те самые цветы. Считается, что это не только красиво, но и весело!

В начале торжественного вечера парад напоминает многие другие цветочные фестивали: по специально отведенной площадке движутся платформы, украшенные разнообразными цветами. Они делают несколько кругов, чтобы все гости смогли в полной мере насладиться изумительными композициями. Огромные корзины роз и орхидей, фигуры из георгин и хризантем, повозки с ирисами, лилиями, тюльпанами – все это великолепие в сопровождении красивых девушек передвигается по кругу, создавая неповторимую атмосферу и завораживающее зрелище [20].

После того, как цветочные платформы сделали несколько кругов, а зрители смогли рассмотреть все детали и особенности каждой композиции,

начинается непосредственная битва, которая заключается в метании бутонов живых цветов. Каждому, кто попадает на праздник впервые, не сразу удается сориентироваться в том действе, которое разворачивается на поле. С недавних пор девушкам и женщинам разрешено пользоваться ракетками для бадминтона, чтобы отбивать летящие в них бутоны. От этого битва становится еще более насыщенной и интересной.

В конце вечера, когда все гости устали и вдоволь «навоевались», организаторы праздника устраивают торжественный салют, который, в свою очередь, означает перемирие и окончание битвы. Но фейерверк совсем не означает, что торжество подошло к концу, так как праздничные гуляния обычно продолжаются до самого утра.

Chiang Mai Flower Festival в Чиангмае.

Каждый год в феврале в городе Чиангмай (Таиланд) устраивается грандиозный и яркий фестиваль цветов. Это событие целенаправленно посещается множеством туристов, так как там демонстрируют необычайно прекрасную природную красоту и буйство красок. В дни праздника улицы украшаются экзотическими экспозициями из живых цветов, воздух пропитывается восхитительным цветочным ароматом. В период проведения фестиваля фермы, специализирующиеся на выращивании растений и цветов, и цветочные лавки соревнуются друг с другом в сфере цветочного креатива.

Фестиваль цветов в Чиангмай – это также национальные костюмы, украшенные лентами и орнаментами, соревнования дизайнеров, огромное разнообразие цветов на улицах, множество ярмарок и представлений [7]. Главным событием является грандиозный парад под звуки духовых оркестров. Во время парада организуется шествие платформ с удивительными цветочными композициями. Мастера создают то, что даже нарисовать на листе бумаги не представляется возможным. Из ярких, невероятных по красоте цветов создаются мифические персонажи, огромные драконы с разинутой пастью, райские птицы и даже храмы. Флористы также украшают автомобили тысячами

цветков. Вслед за платформами с композициями обычно движется многочисленная толпа из горожан и туристов. Шумные красочные процессии проходят по всему городу в период проведения фестиваля. Горожане и туристы, в свою очередь, украшают свою одежду разными цветочными венками, гирляндами. Движение колонн осуществляется в медленном темпе, поэтому всегда есть возможность сфотографироваться на фоне цветочных композиций.

Также на фестивале выбирают самую красивую девушку, которой присваивается титул Королевы Фестиваля цветов. К праздничному мероприятию девушки специально готовятся, шьют красивые наряды, делают разнообразные букеты, венки. Главным при выборе Королевы считается не столько красота девушек, а то, как они смогли себя украсить цветами, поэтому на них можно увидеть цветочные браслеты, короны, с цветочными узорами платья и шлейфы.

Фестиваль в Чиангмае славится многочисленными выставками орхидей и других цветов, которые радуют глаз, концертными программами, зажигательными танцами, соревнованиями цветочных декораторов, ярмарками. Большим почетом пользуются конкурсы среди садовых хозяйств и декораторов, поэтому каждая команда стремится представить публике свои лучшие работы. Все события на фестивале начинаются в утренние часы и заканчиваются поздно вечером. Если не посещать события, а просто прогуляться по городу в дни проведения фестиваля, то можно получить море удовольствия от созерцания цветочных композиций и от самой праздничной атмосферы. Также во время проведения фестиваля на цветочной ярмарке можно приобрести растения и цветы по очень доступным ценам.

Moscow Flower Show в Москве.

Moscow Flower Show - один из крупнейших в России международных фестивалей в области садово-паркового искусства и ландшафтного дизайна [15]. Проводится с 2012 года. Конкурсная, деловая, образовательная и

культурная программы Фестиваля делают Moscow Flower Show одной из самых авторитетных профессиональных площадок, важным культурным и социально-значимым событием в жизни страны. Благотворительные проекты в рамках фестиваля способствуют улучшению социального климата, духовно-нравственному и этическому воспитанию личности.

На несколько дней территория парка искусств «Музеон» превратится в самый красивый уголок не только России, но и, пожалуй, всей Европы.

В рамках фестиваля в области садово-паркового искусства собираются лучшие профессионалы ландшафтной индустрии, дизайнеры и флористы из России, Великобритании, Голландии, Франции, Италии и других стран. Они проводят образовательные семинары и прикладные мастер-классы для всех желающих, где можно будет узнать о том, как озеленить и украсить окружающий ландшафт не только на загородном участке, но и на собственном маленьком балконе в городской квартире.

Ряд мероприятий фестиваля адресован детской и семейной аудитории – посетители смогут присоединиться к мероприятию, где звезды кино и телевидения совместно со своими детьми под руководством опытных специалистов будут строить мини-сады. Каждый вечер на территории парка «Музеон» в кинотеатре под открытым небом будут показывать фильмы для семейного просмотра, а воздух будут наполнять не только ароматы цветов, но и музыка из любимых кинофильмов.

По традиции в дни проведения фестиваля Россия станет мировым центром ландшафтного дизайна. Ежегодно в июле Moscow Flower Show посещают свыше 60 тыс. человек.

Международный фестиваль «Императорский букет» в Павловске.

Каждый год в июле в аллеях павловского музея-заповедника появляются оригинальные цветочные клумбы, композиции, а по подиуму дефилируют модели в платьях из цветов. На лужайках парка можно увидеть настоящие цветочные картины. Павловский парк становится местом сбора

лучших флористов и дизайнеров. Их работы вдохновляют, удивляют гостей мероприятия оригинальностью решений ландшафтного и флористического дизайна.

Праздник «Императорский букет», проводящийся ежегодно, стал примечательным и значимым культурным событием Павловска в летний период. Этот международный фестиваль, посвященный цветочному и ландшафтному дизайну, проходит на территории известнейшего музея-заповедника, открытого в честь юбилея возвращения российского императора Александра I после победы над войсками Наполеона в 1812 году.

Признанный уникальным ландшафт Павловского парка, архитектура Пьетро Гонзага, Чарльза Камерона и Винченцо Бренны, извилистая река Славянка — все эти составляющие и создают неповторимые условия проведения фестиваля. Во время его проведения запланированы мастер-классы, гала-концерт с выступлением артистов. Для детей создаются каждый раз новые особые программы.

В четырех мастерских дети (при желании – и взрослые) и сами смогут создавать цветы. «Венская мастерская» научит делать растения из лент, «Римская» - из мозаики, «Парижская» - из шелковой бумаги, а «Мальтийская» - в технике ганутель. Эта техника пришла из мальтийских монастырей, использовалась для украшения церквей. Спиральная проволока, шелковая ниточка, жемчужинки, бисеринки, бусинки – и появляется цветок сказочной красоты! А можно будет выбрать занятие иного рода – поработать над объемной композицией с полимерным пластилином. Или над декоративным интерьерным венком. Собрать «Рог изобилия» из фруктов и овощей. Ну, а модницы покинут Круглый зал в шляпках с цветочным мотивом, сделанных из бумаги собственными руками [6].

Итак, из приведенных выше цветочных фестивалей можно отметить, что все они отличаются своей яркостью, масштабностью, несомненно крупными финансовыми затратами. Каждый из них по-своему уникален, но современные тренды проведения фестивалей необходимо выявить. Само

понятие «тренд» трактуется как некая реакция потребителей на социальный вызов, которая приводит к изменению культурного контекста.

«Ментальный или физический побег от реальности». Ранее это явление считалось чем-то странным, уникальным, удивительным, но в настоящий момент уже имеет массовый характер. Также сюда относится и организация всеобщего дела на мероприятии.

«Эколайф». Все чаще фестивали пропагандируют защиту окружающей среды, вносят свой вклад в процесс экологического воспитания населения планеты. Во время проведения цветочных событийных мероприятий организуются благотворительные ярмарки, аукционы для сбора средств, которые будут направлены на сохранение и защиту окружающей среды. После мероприятий растения и цветы, которые утратили свою красоту, завяли или испортились, последнее время после определенной переработки стали использовать в качестве удобрений для других цветов.

«Назад в прошлое». На цветочных фестивалях, несомненно, всегда стараются демонстрировать и демонстрируют что-то необычайно новое, редкое из цветов и растений, но из моды не выходит тематика прошлых столетий. Это заключается в том, что очень часто фестивали проводят в стиле винтаж или в русле почитания своих национальных особенностей.

«Индивидуализация». Фестивали отличаются своей многофункциональностью, то есть множество событий рассчитаны на разную целевую аудиторию. Все зависит от интересов конкретного человека. И если какое-то событие действительно заинтересовало или поразило своей красотой некий редкий цветок или растение, то люди на самом деле готовы ехать на цветочный фестиваль, где бы он ни проводился. Здесь все дело в уникальности.

Из изложенного можно сделать вывод, что принципы экономики ощущений, такие как неценовая конкуренция, вовлечение в совместные действия, инсценирование переживаний, все активнее закрепляют свои позиции в событийном туризме.

2. ЦВЕТОЧНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Исследование рынка событийного туризма в Томской области

Томская область по конфигурации территории напоминает сложный многоугольник, протяженность которого с севера на юг 600 км, а с запада на восток – 680 км. Площадь Томской области 316,9 тыс. кв. км, что превышает площадь таких европейских государств, как Италия (301,2 тыс. кв. км), Польша (311,7 тыс. кв. км), Великобритания (244,1 тыс. кв. км) и др. [8, с. 7]. Томская область – богатейшая природная кладовая, в которой собраны разнообразные минеральные, растительные ресурсы, обладает охотничьими угодьями. На её территории обитают десятки промысловых животных, птиц и рыб. Известна область минеральными водами и грязями, обширными ягодниками – клюква, брусника, черника и др. Имеются возможности для оздоровления и лечения в уникальных медицинских учреждениях, а также в санаториях «Чажемто» и «Ключи». Сегодня наша область – один из крупнейших поставщиков нефти и газа на российский и международный рынок, культурно-образовательный центр. Не Москва, не Санкт-Петербург, а именно Томск занимает первое место в России по удельному весу студентов и ученых [23, С. 3]. Широкое использование местных природных ресурсов позволяет быстрее реализовать планы развития экономики на ближайшие годы. Природа Томской области создает условия гармонично развивать рынок туристических услуг, удовлетворять эстетические чувства людей и обеспечивать им полноценный отдых. Томск, основанный в 1604 г., выгодно отличается от многих других городов тем, что в нескольких километрах от его окраин любители природы могут найти хорошие охотничьи и рыболовные угодья, ягодные и грибные места. Летом тысячи томичей устремляются на природу. Томь, Басандайка, Ушайка, Киргизка, Обь и другие реки – излюбленные места отдыхающих [14]. Автотранспорт сделал доступными для горожан более отдаленные территории,

расположенные за десятки, сотни километров. Администрация Томской области, учитывая природные особенности региона, поддерживает одну из сфер предпринимательства – развитие туризма. Согласно прогнозам Всемирной туристической организации наиболее перспективными сегментами туристического рынка являются: экологический туризм; культурно-познавательный; тематический, или специализированный (научный, учебный, спортивный, событийный); круизный. Одной из основных 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.

Ежегодно Томский государственный университет проводит международные учебно-практические конференции «Возможность развития туризма в Сибирском регионе и сопредельных территориях». Например, 26–27 мая 2011 г., в Томске состоялся XIV инновационный форум, собравший 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» [22, с. 1]. По экспертной оценке, порядка 70% российских и 90% иностранных туристов пребывает в регион с деловыми целями. Большую долю в нем формирует конгрессный туризм. Ежегодно организациями вузовского комплекса, томских научных центров СО РАН и СО РАМН, администрацией Томской области 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.

Ключевыми факторами, сдерживающими рост конкурентоспособности туристской индустрии Томской области, и, как результат, препятствующими реализации ее туристско-рекреационного потенциала, являются:

- слабо развитая, а в ряде районов перспективного рекреационного освоения (обозначены в Концепции развития туризма и гостеприимства в Томской области на 2008 – 2013 годы) отсутствующая обеспечивающая инфраструктура туристских объектов, что является препятствием для привлечения частных инвестиций в туристскую индустрию;

- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточность 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 [18].

Событийный туризм в Томске — один из видов внутреннего и въездного туризма, основанный на посещении событий, представляющий туристский интерес для посетителей Томска [3].

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.

Устроители отбираемых для включения в программу посещений событий, должны целенаправленно создавать условия для посещения в качестве активных участников событий или зрителей. Накопление и качественное представление туристской информации является одной из задач развития событийного туризма [24, с.177].

Праздники, фестивали, конференции самодеятельных движений:

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

- Межрайонный фестиваль «Праздник гриба», II фестиваль на берегу озера Щучье в с.Сулзат (август).

Далее следует установить связи между слабыми и сильными сторонами, а также возможностями и угрозами, для чего необходимо построить матрицу SWOT-анализа. Матрица 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"> - наличие большого количества ресурсов для развития событийного туризма; - наличие крупного гостиничного комплекса; - развитая транспортная система области; - развитая инфраструктура питания; - заинтересованность населения области в развитии въездного и внутреннего туризма; - огромный опыт проведения событийных мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> - проблема финансирования событийных мероприятий; - недостаточный брендинг области; - отсутствие придорожного сервиса; - отсутствие современных автотранспортных средств для обслуживания туристских потоков; - недостаток квалифицированных специалистов в туристской индустрии; - недостаток маркетинговых мероприятий.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - наличие межрегиональных связей; - сочетание нескольких видов туризма; - развитие туристской 	<ul style="list-style-type: none"> - низкий спрос населения на услуги въездного и внутреннего туризма Томской области; - высокая стоимость билетов на

<p>инфраструктуры за счет привлечения инвестиций;</p> <p>- рост экономического потенциала за счет развития рынка услуг;</p> <p>- повышение привлекательности Томской области;</p> <p>- возможность получения государственного финансирования в рамках ФЦП.</p>	<p>междугородний и пригородный 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.

2.2 Исследование востребованности проведения цветочного фестиваля в Томской области

Для изучения спроса на проведение цветочного фестиваля был проведен опрос среди потенциальной целевой аудитории в социальной сети «ВКонтакте». В опросе приняли участие 25 человек, к их вниманию было представлено 6 вопросов.

Вопрос 1. Хотели бы вы поучаствовать в цветочном фестивале? Если ответ положительный, нужно было указать, в качестве кого хотели бы участвовать.

Ответы показаны на рисунке 1.

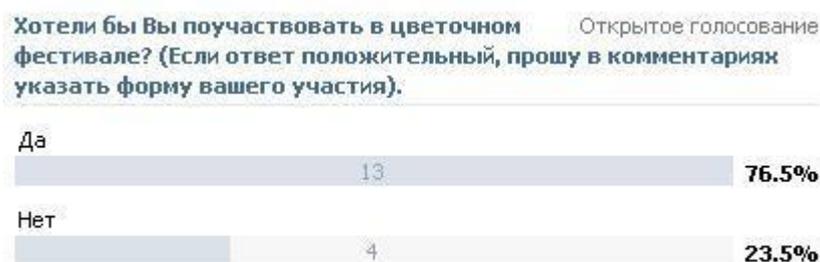


Рисунок 1

Итак, по результатам видно, что восемь участников голосования воздержались от ответа. Трое из отрицательно проголосовавших в комментариях указали, что все-таки желание поучаствовать есть, но в качестве зрителя. Четверо из участников голосования изъявили желание быть оформителями событийного мероприятия, что наводит мысль на включение в концепцию идеи организации общего дела и идеи организации оформления цветников в городе, что сделает фестиваль более ярким и масштабным.

Вопрос 2. Участвуете ли вы в фестивалях, выставках, ярмарках?

Ответы приведены в рисунке 2.



Рисунок 2

Трое из опрошенных воздержались от ответа. Другой вариант ответа в комментариях указан не был. По результатам ответов можно сделать вывод, что практически половина принимает участие в каких-либо событийных мероприятиях, это зависит от интересов конкретного человека.

Вопрос 3. Как вы относитесь к идее проведения цветочного фестиваля?

Идея проведения получила поддержку участников опроса, комментарии были следующими: «прекрасная идея», «очень хорошо», «интересно посмотреть на то, что трудно вырастить в нашем регионе», «пополнение культурной среды Томска новым событием = хорошо», «интересная идея», «отличная идея», «положительно, с удовольствием бы сходила на это мероприятие», «с удовольствием бы сходили», «хорошая идея, в Томске приветствуются яркие события», «красиво, но столько цветов завянет, если потом подарите кому-нибудь, тем же ветеранам, то тогда супер», «хорошая идея», «отличная идея», «хорошо», «идея хорошая, должно быть красиво», «положительно», «красиво будет», «идея хорошая», «замечательная идея», «цветы-это всегда здорово».

Шестеро участников опроса воздержались от ответа.

По результатам комментариев стоит выделить, что фестиваль ожидается красивым, ярким, массовым, запоминающимся. Людям хочется увидеть что-то

новое, интересное, уникальное, поэтому необходимо во время проведения мероприятия задействовать территорию Ботанического сада, а также включить в программу возможность посещения его закрытых оранжерей для показа редких растений.

Вопрос 4. Какова на ваш взгляд должна быть продолжительность фестиваля?

К вопросу было представлено два варианта ответа. Если предложенные варианты участников опроса не устраивали, то имелась возможность указания в комментариях другого варианта ответа. Один участник опроса не проголосовал, ответы обозначены на рисунке 3.



Рисунок 3

Мнения участников разделились практически пополам.

Один день – это мало для проведения задуманных событий на фестивале, поэтому, исходя из их количества, наиболее оптимальным будет такой период, как два-три дня.

Вопрос 5. В каком месяце целесообразно проводить цветочный фестиваль?

Из опрошенных 25 человек, на вопрос ответили 19, некоторые участники называли не один предполагаемый месяц проведения, а несколько. Данные приведены в таблице 3.

Таблица 3

	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь
Количество голосов	7	11	9	4	1

На основании результатов голосования видно, что большая часть участников проголосовала за июнь и июль. Июль – не самый подходящий месяц для проведения фестиваля, так как большое количество жителей покидает город в этот период, большая часть потенциальной целевой аудитории занята на дачных участках. На июль приходится немалое количество других событийных мероприятий города, к тому же в закрытых оранжереях Ботанического сада невозможно представить ничего грандиозного в самый разгар цветения. Больше всего для проведения цветочного фестиваля подходит середина мая, так как в Ботаническом саду вниманию аудитории есть возможность представить фейхоа в период цветения, для Западной Сибири это растение уникально тем, что его невозможно вырастить в открытом грунте в связи с неблагоприятными для него климатическими условиями. К тому же, середина мая – это период повышения спроса на цветочную, ягодную, овощную рассаду. Другие месяцы года во внимание приняты не были из-за климатических условий.

Вопрос 6. Каким должно быть место проведения данного фестиваля?

Ответы на вопросы приведены в таблице 4.

Таблица 4

	Лагерный сад	Роща ТГУ	Новособорная площадь	Сельский парк «Околица»	Ботанический сад	Набережная реки Томи	Игуменский парк
Количество голосов	4	5	1	3	2	5	2

В ходе голосования от ответов на вопросы воздержались девять человек, пятеро из 25 опрошенных предложили по два варианта места проведения фестиваля, что указывает на то, что мероприятие следует проводить не в пределах какой-то одной площадки, а все-таки оформленных цветников должно быть несколько.

Лагерный сад, Игуменский сад, роща ТГУ, Новособорная площадь, набережная реки Томи, а также другие участки в черте города - их территорию предполагается задействовать для устройства цветников во время проведения фестиваля. Сельский парк «Околица» обладает всеми ресурсами для осуществления идеи, так как территория достаточно большая, ее нужно задействовать и развивать, парк будет являться основной площадкой проведения мероприятия. Также второй основной площадкой будет выступать Ботанический сад, так как именно на его территории располагается оранжерея с фейхоа.

Для того чтобы узнать степень актуальности, возможности реализации, направленность концепции цветочного фестиваля также было проведено экспертное интервью с организатором, а также с представителями компаний, которые являются основными участниками мероприятия.

Интервью со специалистом Ботанического сада Бутенковой А.Н.

- Здравствуйте, Алина Николаевна! Как вы относитесь к идее проведения цветочного фестиваля?

- Здравствуйте! Положительно. Такие фестивали нужны населению для расширения кругозора, экологического воспитания, также можно узнать о новых сортах растений.

- Участвуете ли вы в выставках, фестивалях, ярмарках?

- Конечно, мы активные участники выставок, фестивалей, ярмарок. В апреле 2016 года был круглый стол «Городское озеленение: проблемы и пути их решения», была выставка, мы участвовали. В 2012 году была выставка-конкурс, в основном, флоксов, лилий «Краски лета». Тогда был конкурс флоксов, в голосовании участвовали посетители мероприятия.

Также на мероприятиях, в которых участвовали, проводили серии лекций по уходу за растениями, но это не вызвало особого интереса у населения.

- Какой должна быть продолжительность цветочного фестиваля? Достаточно ли 3 дней?

- Достаточно, самый оптимальный вариант, но только не в будние дни.

- Подойдет ли сельский парк «Околица» для проведения цветочного фестиваля?

- «Околица» подойдет, но есть минусы: проблема с доставкой, парковкой. При участии нам понадобится автобус, так как растений много, их нужно аккуратно перевозить. Набережная реки Томи подойдет, туда легче добраться, центр города.

- В каком месяце следует проводить такое мероприятие?

- Каждому цветку – свое время. Всегда можно представить что-то уникальное. Конец мая – это начало цветения пионов, к осени уже хороши кустарники и многолетние растения, флоксы различных сортов (около 300) цветут в период июль-август. Из уникального можно представить рододендрон ледебура, растет на Дальнем Востоке, но в закрытой оранжерее также цветет и у нас. Цветочный фестиваль хорошо было бы провести в период цветения азалии, но это период с середины февраля до середины апреля, холодно. Одним

из уникальных и больших в оранжерее – фейхоа, ее цветение начинается в апреле и продолжается до конца мая.

- Тогда как вам название «Сады феи»?

- Фейхоа – фея, очень подойдет.

- Хотели бы вы поучаствовать в предложенном цветочном фестивале?

- Мы принимали участие в такого рода мероприятиях, и в таком поучаствовали бы, но с условием, что будет необходимое оборудование: столы, ярусные стеллажи, палатки (вдруг палящее солнце), доступ к воде.

- Спасибо за интервью, до свидания!

Данное интервью подтверждает то, что помимо основных площадок, должны быть оформленные цветники и в черте города. Также выяснилось, что существуют некоторые проблемы с парковкой около парка «Околица» во время проведения мероприятий, что дает предпосылки на наложение запрета на использование личного транспорта для заезда зрителей фестиваля. Добраться до парка можно будет только на автобусах. Ботанический сад является активным участником цветочных выставок, ярмарок, отчего можно сделать вывод, что позиция их участия в фестивале будет достаточно активной. К тому же, по мнению специалистов учреждения, необходимо повышать уровень экологического воспитания населения.

Интервью с директором ООО «Азалия» Кудратовым Н.А.

- Здравствуйте! Как Вы относитесь к идее проведения цветочного фестиваля?

- В целом положительно. Но для участия в таких мероприятиях нужно учесть множество финансовых, маркетинговых факторов.

- Хотели бы Вы поучаствовать в цветочном фестивале?

- Все зависит от того, насколько хорошо он будет организован.

- Какова на ваш взгляд должна быть продолжительность фестиваля?

Достаточно ли будет 3 дней?

- Да, 2-3 дня.

- Участвуете ли вы в фестивалях, выставках, ярмарках?

- Да, участвовали в ярмарках-выставках, посвященных озеленению города, ландшафтному искусству, ярмарках-выставках, направленных на позиционирование отдельных аспекта в работе компании, в Томском карнавале.

- В какое время года, в каком месяце целесообразно проводить цветочный фестиваль в Томске?

- Все будет зависеть от того, что именно будем представлять. Если какой-то растительный материал, который может предложить компания, то апрель-май, если озеленение города, то июль-август. Букеты, композиции можно выставить в любое время.

- Подойдет ли сельский парк «Околица» для проведения цветочного фестиваля?

- Да, подойдет, как раз это должно быть просторным местом.

- Как вам такое название как «Сады феи»?

- Хорошее название.

- Спасибо за интервью, до свидания!

Из экспертного интервью можно сделать вывод, что необходим точный расчет затрат на проведения цветочного фестиваля, так как подразумеваются немалые вложения. ООО «Азалия» также является активным участником цветочных выставок, ярмарок, что подтверждает их заинтересованность в своем деле, а также позиционировании своей компании как достаточно крупного игрока в цветочном бизнесе г.Томска.

Интервью с начальником отдела продаж «Группа компаний цветоводства и озеленения г.Томска» Коваленко Т.Г.

- Здравствуйте! Как Вы относитесь к идее проведения цветочного фестиваля?

- Положительно. На мой взгляд, это мероприятие требует много финансовых затрат и в масштабах города Томска нужно будет привлекать большое количество спонсоров.

В более крупных городах, это вполне возможно.

В больших городах такие фестивали проводят в рамках рекламы предприятий своей продукции. Рынок цветочной продукции, в основном, развит в Европе. В России нет предприятий, производящих семена цветов, луковицы тюльпанов, гиацинтов, ирисов. Вся эта продукция ввозится, в основном, из Голландии. Большую часть среза цветов и горшечных растений тоже привозят из Голландии, так как там проводятся самые крупные цветочные аукционы. Поэтому цветочные фестивали и выставки используются поставщиками и покупателями как площадки для рекламы своей продукции и для поиска новых партнеров по бизнесу.

- Хотели бы Вы поучаствовать в цветочном фестивале?

- Если это будет не сильно накладно финансово, то да.

- Какова на ваш взгляд должна быть продолжительность фестиваля?

Достаточно ли будет 3 дней?

- Достаточно.

- Участвуете ли вы в фестивалях, выставках, ярмарках?

- Да, но в масштабах Томска такие мероприятия не проводятся. В основном, мы участвуем в сельскохозяйственных ярмарках, рекламируя свою продукцию, как овощную, так и цветочную. Участвовали в цветочном карнавале в 2011 году. Цветочные ярмарки, выставки проводятся либо в Новосибирске, либо в Москве.

- В какое время года, в каком месяце целесообразно проводить цветочный фестиваль в Томске?

- В мае, так как большой спрос на рассаду, а по ландшафтному дизайну лучше устраивать все в августе.

- Место проведения цветочного фестиваля (на Ваш взгляд). Парк «Околица» подходит для проведения?

- Парк «Околица» - большая площадка для проведения масштабных мероприятий, хорошее решение.

- *Как вам название «Сады феи»?*

- Раз фейхоа, то да.

- *Спасибо за интервью, до свидания!*

В свою очередь, компанию бесспорно интересует финансовая сторона вопроса, что вызывает потребность в привлечении спонсоров для организации и проведения цветочного фестиваля. ООО «Группа компаний цветоводства и озеленения г.Томска» также является активным участником мероприятий, связанных с ландшафтным дизайном и флористикой, что является важным критерием для привлечения их на цветочный фестиваль.

Интервью с председателем Комитета развития внутреннего и въездного туризма в Томской области Лахтионовой И.В.

- *Здравствуйте, Ирина Владимировна! Как вы относитесь к идее проведения цветочного фестиваля?*

- Идея очень хорошая. Нужно рассчитать размер затрат на проведение такого мероприятия, так как недешево.

- *Какой должна быть продолжительность цветочного фестиваля? Достаточно ли 3 дней?*

- Достаточно.

- *Как вам название «Сады феи»?*

- Хорошее.

- *В каком месяце следует проводить такое мероприятие?*

- Лучше всего проводить фестиваль в середине-конце мая, так как можно не только показать экспозиции, но и организовать продажу плодово-ягодной рассады, уникальных сортов картофеля, так как целевой аудиторией

будут являться не только те, кто занимается флористикой, цветоводством и ландшафтным дизайном, но и «огородники».

- Подойдет ли сельский парк «Околица» для проведения цветочного фестиваля или место проведения стоит выбрать в черте города?

- Несомненно подойдет. Если задействовать территорию Ботанического сада как вторую площадку проведения фестиваля, то именно там нужно организовать выставку-продажу плодово-ягодных культур.

Итак, организатор фестиваля указал на то, что все-таки на таком мероприятии следует представить вниманию целевой аудитории что-то уникальное, редкое. Середина-конец мая – идеальное время для проведения, так как продажа рассады приведет к получению финансовых средств, к привлечению целевой аудитории из соседних регионов также для покупки рассады, возможно даже и для участия в конкурсе составления букетов и композиций.

После проведенного опроса среди потенциальной целевой аудитории в социальной сети «Вконтакте» и экспертного интервью организатора и основных участников фестиваля можно сделать выводы, что интерес к организации и проведению мероприятия достаточно велик, получило поддержку название «Сады феи». Продолжительность в размере двух-трех дней также была поддержана основной массой опрошенных. Также к участию в благоустройстве города необходимо подключить образовательные учреждения.

2.3 Разработка концепции проведения цветочного фестиваля

На основе результатов проведенного исследования была разработана концепция цветочного фестиваля «Сады феи»

✓ Название цветочного фестиваля – «Сады феи».

✓ Период проведения – 16-18 мая.

✓ Цели фестиваля:

- развитие событийного туризма в Томской области;

- реализация и развитие территории Ботанического сада и сельского парка «Околица»;

- демонстрация приемов и повышение уровня культуры цветочного оформления клумб, садов;

- пропаганда экологического воспитания, создания и сохранения клумб, садов, цветников;

- организация дополнительного культурно-просветительного рекреационного пространства.

Концепция фестиваля основана на том, что территория сельского парка «Околица» будет разделена на зоны для оформления различных клумб, экспозиций, цветников, также будут установлены металлические и деревянные каркасы, палатки для флористического оформления. В конструкциях для флористического оформления предполагается размещение вертикальных и горизонтальных композиций в виде цветочных панно. Что касается ландшафтного дизайна, то схема зонирования территории парка предполагает, что из цветов на газонах будут созданы цветочные композиции-узоры, которые подчеркнут индивидуальность каждого участника. Сюжеты цветников, ландшафтных композиций, флористических оформлений могут быть дополнены картинками, макетами, плакатами и декоративными элементами. Предлагается в едином стиле оформить и точки торговли, рекламные щиты, а также фестивалю необходима определенная символика.

Также клумбы, экспозиции, цветники будут располагаться на территории Ботанического сада, планируется оформление клумб вдоль набережной реки Томи, в районе Белого озера, площади Ленина, Новособорной площади, Лагерного сада, роши ТГУ, Игуменского парка, Буфф-сада, Дворца спорта. Предлагается цветами украсить мачты уличного освещения вдоль проспекта Ленина.

Перед участниками фестиваля поставлена задача - поддерживать цветники, клумбы, флористические оформления в должном состоянии на все время проведения фестиваля.

1. Режиссура мероприятия.

Исходным событием на фестивале в сельском парке «Околица» будет являться торжественное открытие оформленных цветами площадок, выставочных витрин с букетами и композициями с представлением спонсоров и участников фестиваля.

Первое событие – объявление конкурса и открытие голосования по следующим номинациям:

- лучшее ландшафтное оформление;
- лучшее флористическое оформление;
- самый оригинальный цветник;
- самый яркий цветник;
- самая креативная клумба;
- лучший цветник для оформления дворовых территорий. Также эта номинация будет разыгрываться среди местных жителей, приславших фотографии со своим оформлением дворовой территории;
- лучший цветник (среди школьных учреждений);
- лучший цветник (среди ВУЗов и СУЗов);
- самый оригинальный цветочный ассортимент;
- приз зрительских симпатий.

Состояние объектов цветочного оформления оценивается:

- по устройству цветника в соответствии с проектным решением объекта озеленения (соответствие площади, формы, цветовой гаммы проектному решению);
- декоративностью цветника (высокая художественность, гармония цветовых сочетаний, оригинальность решения, исполнительское мастерство);
- качеством содержания цветника (прополка, полив, замена погибших или утративших декоративность растений);
- использованием инертных материалов и наличием вертикального и объемного оформления.

Жюри на месте оценивает состояние цветников в соответствии с критериями оценки объектов цветочного оформления.

Решение жюри считается правомочным, если в заседании принимает участие не менее 50% ее членов. Решение по каждому претенденту на призовое место принимается открытым голосованием большинством голосов. При равном количестве голосов голос председателя жюри является решающим.

Посетители фестиваля также могут участвовать в голосовании по всем номинациям, ящики для сбора голосов будут установлены в парке «Околица», на территории Ботанического сада, на набережной реки Томи, в районе Белого озера, около Драмтеатра, на Новособорной площади, в Лагерном саду, около Дворца спорта.

Состав жюри конкурса указан в таблице 5.

Таблица 5. Состав жюри конкурса на цветочном фестивале «Сады феи»

Ф.И.О.	Должность	
Кляйн Иван Григорьевич	Мэр г.Томска	Председатель жюри
Касперович Анна Александровна	Начальник Департамента архитектуры и градостроительства администрации	Член жюри

	г.Томска	
Кузнецова Ольга Валерьевна	Заместитель начальника Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Томска	Член жюри
Алексеев Андрей Владимирович	Председатель комитета городского дизайна Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Томска	Член жюри
Дорошенко Мария Владимировна	Начальник отдела искусства и народного творчества Департамента по культуре и туризму Томской области	Член жюри
Бабинович Любовь Владимировна	Главный специалист отдела градостроительного развития Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Томска	Член жюри

Далее последуют *основные события фестиваля*. Среди них тематическая концертная программа с участием творческих коллективов

Томска и Томской области (вокальные номера – исключительно на цветочную тему, в танцевальных номерах обязательно присутствие цветов на одежде).

Открытие площадки для создания инсталляции из природных материалов, поучаствовать в ее создании может каждый. После завершения рядом будет установлена доска, где каждый участник фестиваля сможет написать свое имя и город, из которого он приехал на фестиваль. По завершению фестиваля инсталляция и доска будут вывезены на территорию роши ТГУ.

Последующее открытие на территории Ботанического сада второй основной площадки придаст особый шарм событийному мероприятию, так как вниманию зрителей будет представлена фейхоа в разгаре своего цветения. В период проведения фестиваля посещение Ботанического сада будет бесплатным.

На фестивале следует также осуществить открытие ярмарки-продажи не только цветочной рассады, но и рассады плодово-ягодных культур, так как проведение событийного мероприятия приходится на середину мая, а это период спроса на растения для высадки.

Во время проведения фестиваля следует провести мастер-класс по выращиванию фейхоа в домашних условиях, сюда же целесообразно включить и мастер-классы по уходу за другими цветущими и декоративно-лиственными растениями, мастер-классы по составлению композиций и букетов из срезанных цветов.

Переломным событием на фестивале будет организация показа цветочной моды, то есть одежды из цветов или любых других материалов, из которых будут сделаны цветы.

Финальным событием будет являться подведение итогов конкурса, присвоение номинаций, вручение грамот победителям и участникам, вручение призов.

План мероприятий фестиваля смотреть в Приложении А.

2. Программа события.

Элементы шоу в рамках события.

Фестиваль не обходится без приглашения профессионального ведущего. Ведущий как таковой присутствует на любом событии, даже если событие предполагалось провести без помощи ведущего. Присутствие профессионального ведущего даже на самом скромном событии рекомендуется, если наблюдается отсутствие однородности коллектива, или событие имеет ярко выраженную тематическую направленность, и важным является поддержание определенной атмосферы.

Следует при выборе ведущего для проведения цветочного фестиваля провести с ним индивидуальную встречу. Личный контакт даст намного больше информации, чем просто рекомендации.

Основные функции ведущего:

- Административная. Заключается в соблюдении «протокола» мероприятия (встреча организатора, спонсоров и основных участников во время проведения фестиваля, решение вопроса с порядком, очередностью присвоения номинаций, вручения призов и т.д.).

- Аттрактивная. Профессиональный ведущий - основной развлекательный элемент любого события, на плечи которого ложится эмоциональная составляющая мероприятия.

В шоу-программу фестиваля входят: фотосессия, флажки с символикой цветочного фестиваля «Сады феи», с символикой основных участников фестиваля, браслеты, значки, продажа женских ободков из веток, искусственных или живых срезанных цветов, которые помогут продлить эффект от мероприятия.

Работа с артистами на мероприятии.

Артисты, работающие на мероприятии, автоматически становятся очень многое определяющим, элементом. Кроме того, привлечение к специальному

мероприятию артистов добавляет в работу организатора новые риски и требует от него принятия специфичных решений. Выступающие на цветочном фестивале: представитель Департамента культуры и туризма Томской области, сотрудники фирм, которые являются основными участниками, творческие коллективы Томска и Томской области.

Первый этап работы с артистами - подбор танцевальных коллективов, а именно: «Сибиринка», «Диамант-ТПУ», «Expromt», «Импульс», «Академия танца», «Наше танго», «Реверанс», «Сатвика», «Театр танца».

Подбор вокальных исполнителей: «Дежа Вю», «Звезды Томска», «Надежда», «Happy Art», «Голос».

В концертную программу рекомендуется включать коллективное исполнение номеров, так как это создаст дополнительный эффект массовости мероприятия, сцена не будет казаться пустой.

Второй этап – утверждение условий выступления.

Количество номеров в концертной программе – 19 (с каждого танцевального коллектива – один номер, с вокальных исполнителей – по два номера), продолжительность выступлений – 3 минуты 30 секунд (+/- 30 секунд), 10 песен, 9 хореографических постановок.

Работая с приглашенными артистами, организатору необходимо позаботиться о некоторых специфических условиях работы каждого из них. Все эти условия обычно изложены в одном документе – райдере. Существует техническая и бытовая часть райдера. В техническом райдере указываются требования коллективов к площадке, на которой планируется выступление, качеству звука, аппаратуры, наличию микрофонов и размеру сцены.

В бытовой части содержится подробная информация по обеспечению сервиса и досуга для артиста: необходимый транспорт, пожелания по питанию и гигиене.

3. Организация пространства мероприятия.

Выбор площадки.

Место, где будет проводиться мероприятие, является важной составляющей концепции всего события. От выбора места проведения зависит то, насколько комфортно будет приглашенным гостям, выступающим артистам, подрядчикам, а также место проведения мероприятия влияет на общее впечатление и оставшиеся воспоминания от него. Основная площадка для проведения цветочного фестиваля будет располагаться в парке «Околица», а вторая основная площадка – на территории Ботанического сада. Клумбы, экспозиции, цветники будут располагаться на территории Ботанического сада, будут также оформлены цветами клумбы вдоль набережной реки Томи, в районе Белого озера, площади Ленина, Новособорной площади, Лагерного сада, роши ТГУ, Игуменского парка, Буфф-сада, Дворца спорта. Мачты уличного освещения вдоль проспекта Ленина, в свою очередь, тоже подлежат цветочному оформлению.

Территория сельского парка «Околица» должна соответствовать следующим требованиям:

- должна поступить в распоряжение организаторов заблаговременно до начала события, чтобы оставалось время на декорирование, установку столов, стеллажей, палаток и другого необходимого выставочного и торгового оборудования, оснащение необходимой техникой и т.д.;
- главное требование – доступ к воде, так как это необходимое условие для цветов;
- налаженная четкая схема устранения отходов (наличие урн и блоков для мусора);
- наличие помещений для переодевания, отдыха приглашенных творческих коллективов и персонала, работающего на событийном мероприятии;

- во время проведения фестиваля рекомендуется добираться до основной площадки на общественном транспорте (автобус). Наиболее оптимальным будет такое решение, как запуск маршрутных автобусов от остановки «Площадь Ленина» до парка «Околица». Использовать парковку для личного транспорта могут только организатор и представители фирм-участников фестиваля.
- так как фестиваль будет проходить на открытом воздухе, необходимо учитывать возможные изменения погодных условий. Звуковая, световая и иная сложная аппаратура не будет работать должным образом при различного рода осадках. Избежать поломок поможет заранее установленный в месте проведения события тент. Его рекомендуется устанавливать до начала монтажа всего оборудования.

Декор пространства события.

Фитооформление – декорирование пространства с помощью цветов, трав, деревьев (бонсай), фруктов, овощей и различных композиций из них. Предлагаемый цветочный фестиваль сам по себе и есть фитооформление. Фитооформлением мероприятия будут заниматься ландшафтные дизайнеры и флористы фирм-участников мероприятия.

На цветочном фестивале будет представлена не только продукция местных фирм, но и цветы из таких стран, как Голландия, Эквадор, Израиль.

При создании композиций и букетов из срезанных цветов оптимальнее использовать «стойкие» цветы - герберы, хризантемы. Также в тренде сухоцветы.

Декорированию на фестивале подлежат такие места, как зона около сцены, задник сцены и главные входы на первой и второй площадках.

Заказывая баннер, например, для оформления задника сцены необходимо заранее позаботиться о его монтаже. Наиболее простым способом

является монтаж с помощью специальных люверсов и карманов, особенно если баннер больших размеров.

При проведении ночного монтажа декораций обязательным является предоставления сотрудникам охраны конкретного помещения списка людей, участвующих в монтаже. Это позволит избежать лишних трений со службой безопасности. Все декорации на фестивале должны быть мобильными, быстросборными, оригинальными, а также отвечать требованиям пожарной безопасности. На открытом пространстве необходимо учитывать такие показатели, как сопротивляемость ветровой нагрузке, защита от неблагоприятных погодных условий (для этого используются тенты).

Аэрооформление. На цветочном фестивале будет использовано оформление пространства воздушными шарами с цветочными рисунками и символикой основных участников. Ими также будет оформлена зона около сцены, главные входы на первой и второй площадках, в парке «Околица» над переходами между ландшафтными и флористическими оформлениями.

Звуковое оформление события

Звук в организации специального мероприятия, в основном, касается музыки. Музыкальное оформление является одним из мощнейших инструментов влияния на целевую аудиторию. Цветочный фестиваль – это разнообразие красок, десятки экспозиций, садов, обилие цветов, исходя из этого целесообразно использовать классическую музыку в качестве звукового оформления.

Если у организатора, спонсоров, основных участников имеются какие-либо музыкальные приверженности, которые они обязательно хотели бы услышать на мероприятии, необходимо со списком этих композиций заранее ознакомить диджея. В этом случае у музыкального работника будет возможность до мероприятия найти эти композиции и поместить их в общий список воспроизведения.

Ни одно масштабное мероприятие не обходится без использования микрофонов. Как правило, вокальные микрофоны отстраиваются специально под конкретного исполнителя, с учетом специфики его вокальных данных. Все настройки фиксируются на звукорежиссерском пульте и не подлежат изменениям в течение всего мероприятия. Поэтому для ведущего, представителей организатора, спонсоров, участников фестиваля нужны отдельные микрофоны.

Световое оформление.

Световое оборудование во время проведения мероприятия будет использоваться только в вечернее время, оно должно быть переносным.

Реквизит.

Организатору фестиваля необходимо позаботиться о костюмах сотрудников, которые были привлечены для работы во время проведения фестиваля. Одежда для творческих коллективов должна быть собственная. Любое специальное мероприятие требует особого подхода к разработке пригласительных для гостей и участников мероприятия. Пригласительные должны быть оформлены в соответствии с символикой цветочного фестиваля «Сады феи». Типичными компонентами пригласительных являются:

- Конверт. Он дает первое впечатление о том, что ждет получателя внутри и должен быть оформлен в общем стиле всех компонентов приглашения, в данном случае – с нарисованными цветами. Вся информация, содержащаяся на конверте, рекомендуется выполнять тем же типом шрифта, что и информацию на самом приглашении.

- Приглашение. Существует огромное количество различных вариантов формы и стиля приглашений, но самое главное, это что и как на них будет написано. Текст и стиль изложения, в конечном счете, будут определять и все остальные компоненты декора пригласительного.

- RSVP-карточка (карточка для ответа, сокр. от франц. «просьба ответить»). Одним из инструментов получения информации о том, сколько гостей действительно посетят событие – это RSVP-карточки. Они, как правило, содержат контактную информацию (телефон или e-mail) и просьбу связаться и подтвердить свой приход.

Кейтеринг.

Во время проведения фестивале в парке «Околица» необходимо организовать кафе с едой, оформленной в форме цветов (например, вырезанные из фруктов цветы, колбасные изделия, порезанные и выложенные на тарелке словно лепестки роз и т.д.).

В договоре с организатором общепита на обслуживание гостей должны быть отражены следующие пункты:

- день проведения мероприятия;
- количество гостей;
- распорядок проведения мероприятия;
- вид обслуживания;
- ассортимент блюд и напитков;
- численность обслуживающего персонала и форма одежды;
- сервировка стола, художественное оформление;
- цены: в расчете на одну персону с учетом всех видов услуг и накладных расходов, дополнительных затрат (на персонал, обстановку, транспорт, посуду);
- необходимое количество столов, посуды, расходных материалов, оборудования;
- ответственность сторон;
- форс-мажорные обстоятельства, возврат неиспользованных продуктов, дополнительная поставка.

Обеспечение безопасности на событии.

Для успеха мероприятия важно, чтобы организаторы и гости события ни в чем не потерпели ущерба. Часто недобросовестность в деле обеспечения безопасности ставит под угрозу здоровье человека и чистоту окружающей среды. Для максимального обеспечения безопасности необходимо учесть следующие моменты:

- **Запасные выходы.** Пути спасения бегством должны иметься в достаточном количестве, быть наглядно представлены на указателях, быть свободными и ничем не загроможденными.

- **Пожарная команда.** На фестивале обязательно наличие пожарной машины.

- **Полиция.** Она должна присутствовать в каждом случае закрытия проезжей части для движения транспорта.

- **Скорая помощь.** Обеспечивает всех присутствующих на фестивале для оказания первой медицинской помощи.

- **Охрана.** На многих событиях используются услуги частных служб безопасности. Эти службы обеспечивают необходимую безопасность граждан, начиная с контроля на входе и заканчивая исполнением функций личной охраны.

- **Заграждения.** На мероприятиях, где может ожидаться давка (например, возле сцены), необходимо устанавливать заграждения. Между публикой и сценой принято оставлять промежуток шириной 5 метров, который можно использовать как шлюз. Далее, через 20 метров, ставится следующая преграда. Таким образом, на людей, стоящих в первом ряду, не будут наступать те, кто занимает задние ряды. Любые заграждение не должны препятствовать передвижению людей в чрезвычайных ситуациях.

- **Контроль притока посетителей на территории Ботанического сада.** Система контроля вновь прибывших на входе предназначена во время проведения фестиваля для осуществления надзора за большим количеством лиц.

Маркетинговые коммуникации в организации цветочного фестиваля.

Организация цветочного фестиваля «Сады феи» должна позиционироваться в прессе как одно из самых запоминающихся событий, когда-либо проходивших в Томске. Это яркое мероприятие, свидетелями которого смогут стать не только жители Томска и Томской области, но и гости из других регионов.

Реклама служит инструментом создания внешнего конкурентного преимущества. Посредством рекламы организатор заявит о проведении цветочного фестиваля, чем привлечет потенциальных посетителей.

Средства рекламы:

- Телевидение: за 40 дней до начала мероприятия на основных телевизионных каналах Томска планируется начать трансляцию рекламного ролика.

- Печатные СМИ: публикации в популярном глянцево-м журнале города - «Дорогое удовольствие».

- Интернет: размещение рекламы на главном туристском портале Томска.

Организатор фестиваля – Администрация Томской области.

Основные участники цветочного фестиваля: Сибирский ботанический сад, ООО «Азалия», Группа компаний цветоводства и озеленения г.Томска.

Предполагаемые спонсоры: ООО «Мажор Плюс», Асиновский лесопромышленный парк, «ЛАТАТ», ООО «Томлесдрев», ПО «Копыловская керамика», «Сава», «Сбербанк», «Антонов Двор», гостиница «Томск», «Томскоблсельхозтехника», «Межениновская птицефабрика», «Томские мельницы», «Билайн», рекламное агентство «Танисла».

Никакое серьезное событие также не обходится без паспорта. Паспорт события см. в Приложении Б.

По рекомендациям организатора и основных участников была составлена примерная смета расходов на организацию и проведение цветочного фестиваля «Сады феи», которая приведена в таблице 6.

№ п/п	Вид работ	Сумма
1	Цветочное сырье для оформления площадок фестиваля и городских улиц, для показа цветочной моды	4500000 руб.
2	Проведение мастер-классов	11000 руб.
3	Изготовление каркаса инсталляции и закупка сырья для ее создания	50000 руб.
4	Оплата работы ведущего	25000 руб.
5	Оплата работы жюри	14400 руб.
6	Оплата работы творческих коллективов	14000 руб.
7	Изготовление наградной продукции (дипломы, грамоты, благодарности), закупка подарков для награждения победителей конкурса	9700 руб.
8	Информационное обеспечение фестиваля и создание символики	53000 руб.
9	Транспортные расходы	10000 руб.
10	Фотоуслуги	30000 руб.
11	Хозяйственные расходы	90000 руб.
12	Изготовление выставочного оборудования	350000 руб.
	Итого	5157100 руб.

Из составленной сметы видно, что цветочный фестиваль «Сады феи» требует больших финансовых затрат, что подтверждает необходимость привлечения спонсорских средств для его проведения.

Бланк заявки на участие в конкурсе в рамках фестиваля «сады феи» приведен в Приложении В.

Перспективы развития:

- первый фестиваль планируется провести на местном уровне, далее не исключен выход на региональный и федеральный;
- создание креативного цветочного кластера на территории Томской области;
- установление сотрудничества между местными фирмами и фирмами-производителями растительной продукции соседних регионов;
- создание новых рабочих мест.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Событийный туризм в настоящее время является одним из динамично развивающихся и популярных направлений. Современные эксперты прогнозируют интенсивное развитие данного вида туризма, полагая, что количество участников событийных туров превысит количество участников экскурсионных туров. Популяризация событийных мероприятий способствует развитию внутреннего и въездного туризма, формированию целей путешествия.

Одним из направлений развития событийного туризма в регионе является организация различных фестивалей. Фестивали, в основном, отличаются своей яркостью, фееричностью. Несомненно, это зависит от тематики. Причем, в настоящее время принципы экономики ощущений все больше проникают в сферу туризма, в том числе и событийного. Влияние таких принципов, как неценовая конкуренция, вовлечение в совместные действия, инсценирование переживаний, - не исключение и для фестивалей цветочной тематики.

В теоретической части работы было раскрыто понятие событийного туризма и влияние на него экономики ощущений, исследован зарубежный и отечественный опыт развития событийного туризма, выявлены современные тенденции проведения цветочных фестивалей.

В практической части работы был проведен анализ рынка событийного туризма в Томской области, исследование востребованности проведения цветочного фестиваля в Томской области. Для разработки концепции цветочного фестиваля был проведен опрос в социальной сети «ВКонтакте» среди потенциальной целевой аудитории, было организовано экспертное интервью с организатором городских мероприятий – Департаментом по культуре и туризму Томской области Администрации Томской области, с такими крупными участниками, как Сибирский Ботанический сад Томского государственного университета, ООО «Азалия», Группа компаний цветоводства и озеленения г.Томска.

В результате проведенных экспертных интервью было одобрено название цветочного фестиваля – «Сады феи», поддержку получила также продолжительность фестиваля – 3 дня. По рекомендациям была составлена примерная смета на организацию и проведение мероприятия. Организатор, основные участники фестиваля и участники опроса в социальной сети «ВКонтакте» подтвердили выбор периода проведения – середина мая. Был разработан логотип фестиваля, составлена программа фестиваля с участием творческих коллективов Томска и Томской области.

На основе полученных исследований выяснилось, что помимо основных площадок, должны быть организованы цветники, клумбы, экспозиции и в черте города. Для этого оформлению подлежат такие территории, как набережная реки Томи, район Белого озера, площади Ленина, Новособорной площади, Лагерного сада, роши ТГУ, Игуменского парка, Буфф-сада, Дворца спорта. Мачты уличного освещения вдоль проспекта Ленина тоже подлежат цветочному оформлению.

Должна быть решена проблема с парковкой автотранспорта около парка «Околица» во время проведения мероприятий, что ведет к наложению запрета на использование личного транспорта для заезда посетителей фестиваля. Добраться до парка можно будет только на автобусах.

Сельский парк «Околица» обладает всеми ресурсами для осуществления идеи, так как территория достаточно большая, ее нужно задействовать и развивать, парк будет являться основной площадкой проведения мероприятия. Также второй основной площадкой будет выступать Ботанический сад, так как фейхоа, к цветению которой приурочен фестиваль, растет в его закрытой оранжерее.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. М.: Республика: Культурная революция, 2006. 269 с.
3. Бородина Н.А. Стратегический анализ оценки состояния туристского потенциала Томской области // Современные проблемы науки и образования. 2013. №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskiy-analiz-otsenki-sostoyaniya-turistskogo-potentsiala-tomskoj-oblasti> (дата обращения: 04.04.2016).
4. Всероссийская конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития событийного туризма // Официальный сайт Федерального агентства по туризму — 03.07.2012 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1942/> (дата обращения: 10.05.2016).
5. Глобова С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории / С.А. Глобова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013г.). – СПб.: Реноме, 2013. – С.140 с.
6. Государственный музей-заповедник «Павловск» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pavlovskmuseum.ru/> (дата обращения: 04.05.2016).
7. Десять самых известных цветочных фестивалей мира // Life Stripes. 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lifestripes.ru/entertainment/10-samyx-izvestnyx-cvetochnyx-festivalej-mira-1.html> (дата обращения: 06.05.2016).
8. Евсеева Н.С. География Томской области. Томск: Издательство Томского университета, 2001. 222 с.
9. Информационное агенство Сочи - 24 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sochi-24.ru/turizm/v-2014-goduturpotok-v-sochi-sushestvenno-vozzrastet.20121115.56683.html> (дата обращения: 04.05.2016).

10. Климова Т.Б., Вишневецкая Е. В. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса» . 2014. №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razvitiya-sobytiynogo-turizma-v-rf-i-za-rubezhom> (дата обращения: 04.04.2016).
11. Колодий Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. №9 (20) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.ozone.ru/multimedia/book_file/1013577050.pdf (дата обращения 11.04.2016).
12. Колодий Н. А. Культура как ресурс экономики ощущений // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2011. №4 (16) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-resurs-ekonomiki-oschuscheniy> (дата обращения: 12.05.2016).
13. Леонидова Е. Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка // Universum: экономика и юриспруденция. 2015. №7 (18) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-kak-novoe-napravlenie-rossiyskogo-turisticheskogo-rynka> (дата обращения: 04.04.2016).
14. Литовченко А. И. Инновации на рынке туристических услуг (на примере Томской области) // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика . 2012. №1 (17) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-na-rynke-turisticheskikh-uslug-na-primere-tomskoj-oblasti> (дата обращения: 04.04.2016).
15. Московский Международный Фестиваль Садов и Цветов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://flowershowmoscow.ru/> (дата обращения: 04.05.216).
16. Назимко А. Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Е. Назимко. – М.: Вершина, 2007.- 224 с.

17. Олимпийские игры негативно влияют на турпотоки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.olymps.ru> (дата обращения: 04.05.2016).
18. 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 (дата обращения: 17.04.2016).
19. Постановление от 22.04.2015 № 206 «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015—2025 годы» // Волжская коммуна. - 2015. - № 103. - 6 с.
20. Самые знаменитые цветочные фестивали мира // TOP NEWS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.topnews.ru/photo_id_6458_4.html (дата обращения: 06.05.2016).
21. Сизикова Е.С. Развитие событийного туризма в России и в Кемеровской области // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sobytiynogo-turizma-v-rossii-i-v-kemerovskoy-oblasti> (дата обращения: 28.05.2016).
22. Суров А. Достойный финал // Аргументы и факты. 2011. № 22. С. 1 (Региональное приложение).
23. Томская область: Путеводитель. М.: ЗАО «Авангард», 2004. 330 с.
24. Учитель Ю. Г., Учитель М. Ю. SWOT-анализ и синтез–основа формирования стратегии организации. – М.: ЛИБРОКОМ, 2010. – 326 с.
25. Факты и цифры // Официальный сайт Всемирной Туристской Организации UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unwto.org>, свободный (дата обращения: 15.03.2016).
26. Binkhorst E. Creativity in the experience economy, towards the co-creation tourism experience? Barselona, 2002. 146 p.

27. Boorstin D. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America / D. Boorstin // Harper, New York, 1994 – 452 p.
28. Chelsea Flower Show // The Royal Horticultural Society. 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rhs.org.uk/> (дата обращения: 06.05.2016).
29. London 2012 chief claims Olympics will hit revenue target // Sport Business // News [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sportbusiness.com/news/185194/london-2012-chief-claims-olympics-will-hitrevenue-target> (дата обращения: 06.05.2016).
30. M. Weed. Sport, Tourism & the Olympic Games: Leveraging Sport Mega Events // docslide // Home // Business / Finance [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.docslide.com/sport-tourismthe-olympic-games-leveraging-sport-megaevents/> (дата обращения: 06.05.2016).

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Программа цветочного фестиваля «Сады феи»

Первый день:

11:00 – 11:30 – торжественное открытие фестиваля, открытие конкурсного голосования (парк «Околица»).

13:00 – 15: 00 – концертная программа с участием творческих коллективов (парк «Околица»).

15:00 – открытие площадки для создания всеобщей инсталляции (парк «Околица»).

Второй день:

11:00 – 11:15 - открытие площадки на территории Ботанического сада.

12:30 – открытие цветочной плодово-рассадной ярмарки (парк «Околица»).

13:00 – 15:00 – мастер-классы по уходу за клумбами и комнатными растениями (парк «Околица»).

17:00 – 19:00 – мастер-классы по составлению букетов и композиций из срезанных цветов (парк «Околица»).

Третий день:

13:00 – 14:30 – показ цветочной моды (парк «Околица»).

18:00 – 18:30 – подведение итогов голосования, присвоение номинаций (парк «Околица»).

20:00 – вывоз всеобщей инсталляции из парка.

Площадки в парке «Околица» и в Ботаническом саду работают с 11:00 до 22:00, вход бесплатный.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Паспорт события

Паспорт события

Событие:	Цветочный фестиваль
Название:	«Сады феи»
Место:	сельский парк «Околица», Ботанический сад
Дата и время:	16.05.2016г. – 18.05.2016г. с 11:00 до 22:00 (ежедневно)
Количество гостей:	около 300 000 человек
Целевая аудитория:	люди, которые занимаются цветоводством и овощеводством

Рациональное восприятие события:	Эмоциональное восприятие события:
<ul style="list-style-type: none">• представление новых сортов овощной и цветочной рассады;• время для неформального общения;• организация развлечений;• демонстрация современного ландшафтного и флористического оформлений;	<ul style="list-style-type: none">• удовольствие от нахождения на событии;• удивление от нового.

Этапы события

1. Подготовительная часть	за полгода до мероприятия
2. Инсталляция оборудования	за сутки до мероприятия
3. Встреча гостей и прессы	60 мин.
4. Официальная часть (3 речи)	75 мин.
5. Основная часть	450 мин.

6. Присвоение номинаций, раздача призов	30 мин.
7. Неофициальная часть (кафе)	1290 мин.

Описание

Фестиваль приурочен к майскому цветению фейхоа в закрытой оранжерее Ботанического сада. В течение трех фестивальных дней участники и зрители смогут погрузиться в чарующую атмосферу цветов. Оформленные площадки на территории сельского парка «Околица», Ботанического сада, городских улицах будут пестрить разнообразием цветников, клумб, экспозиций. Будет организована продажа цветочной, овощной и ягодной рассады. Также вниманию будут представлены новые сорта растений и цветов. Тематическая концертная программа, показ цветочной моды никого не оставят равнодушным. В рамках фестиваля проводится конкурс по нескольким номинациям. Завершится праздник вывозом инсталляции, выполненной силами участников и посетителей мероприятия.

Предназначение события

- развитие событийного туризма в Томской области;
- реализация и развитие территории Ботанического сада и сельского парка «Околица»;
- демонстрация приемов и повышение уровня культуры цветочного оформления клумб, садов;
- пропаганда экологического воспитания, создания и сохранения клумб, садов, цветников;
- организация дополнительного культурно-просветительного рекреационного пространства.

Номинации конкурса

- лучшее ландшафтное оформление;
- лучшее флористическое оформление;
- самый оригинальный цветник;
- самый яркий цветник;
- самая креативная клумба;
- лучший цветник для оформления дворовых территорий. Также эта номинация будет разыгрываться среди местных жителей, приславших фотографии со своим оформлением дворовой территории;
- лучший цветник (среди школьных учреждений);
- лучший цветник (среди ВУЗов и СУЗов);
- самый оригинальный цветочный ассортимент;
- приз зрительских симпатий.

Спонсоры

ООО «Мажор Плюс», Асиновский лесопромышленный парк, «ЛАТАТ», ООО «Томлесдрев», ПО «Копыловская керамика», «Сава», «Сбербанк», «Антонов Двор», гостиница «Томск», «Томскоблсельхозтехника», «Межениновская птицефабрика», «Томские мельницы», «Билайн», рекламное агентство «Танисла».

**ПРИЛОЖЕНИЕ В. Бланк заявки на участие в конкурсе в рамках
цветочного фестиваля «Сады феи»**

**Заявка-регистрация в конкурсе в рамках цветочного фестиваля «Сады
феи»**

Название команды/ФИО индивидуального участника

Организация: _____

Количество участников: _____

ФИО участников: _____

ФИО руководителя: _____

Адрес: _____

Телефон: _____

Электронный адрес: _____

Номинация конкурса (нужное подчеркнуть):

- лучшее ландшафтное оформление
- лучшее флористическое оформление
- самый оригинальный цветник
- самый яркий цветник
- самая креативная клумба
- лучший цветник для оформления дворовых территорий
- лучший цветник (среди школьных учреждений)
- лучший цветник (среди ВУЗов и СУЗов)
- самый оригинальный цветочный ассортимент.