

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

## ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Танцевальное искусство, как ресурс для развития  
событийного туризма Приморского края  
СО-ТУ-20-161062. 8636–с. 12.000.

Студент \_\_\_\_\_ В. И. Костикова

Руководитель  
преподаватель АК ВГУЭС \_\_\_\_\_ А. А. Поветкина

Нормоконтролер  
преподаватель АК ВГУЭС \_\_\_\_\_ А. А. Поветкина

Владивосток 2023

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**ЗАДАНИЕ**  
на выполнение курсовой работы (проекта)

Студенту (ке) Костиковой Веронике Игоревне

Группа СО-ТУ-20-1 Специальность «Туризм»

1. Тема КР Танцевальное искусство, как ресурс для развития событийного туризма, Приморского края.

Утверждена приказом по университету № 8636–с

2. Срок сдачи работы 14.11.2022

3. Исходные данные по работе

Введение

1 Теоретические аспекты изучения факторов привлекательности событийного туризма

1.1 Событийный туризм понятие, виды, принципы организации.

1.2 Танец, как туристский ресурс

1.3 Мировой опыт танцевальных событий и мероприятий

2 Танцевальное искусство, как ресурс для развития событийного туризма Приморского края

2.1 Анализ событийных мероприятий Приморского края

2.2 Анализ потребительского спроса событийных мероприятий г. Владивосток

2.3 Обоснование актуальности разработки событийного мероприятия

Заключение

4. Перечень приложений и графического материала: приложений - 3, рисунков – 16 , таблиц - 6

Дата выдачи задания 16.11.2022 г.

Руководитель КР

Поветкина А.А.

Задание принял к исполнению

«16» ноября 2022 г.

## Содержание

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты изучения факторов привлекательности событийного туризма....	6
1.1 Событийный туризм: понятие, виды, принципы организации.....	6
1.2 Танец, как туристский ресурс.....	11
1.3 Мировой опыт танцевальных событий и мероприятий.....	15
2 Танцевальное искусство, как ресурс для развития событийного туризма Приморского края.....	20
2.1 Анализ событийных мероприятий Приморского края.....	20
2.2 Исследование событийного туризма с помощью анкетирования.....	24
2.3 Обоснование актуальности разработки событийного мероприятия.....	28
2.4 Разработка событийного мероприятия.....	31
Заключение.....	37
Список использованных источников.....	39
Приложение А. Развитие интереса туристов к различным мероприятиям.....	41
Приложение Б. Специальные мероприятия в событийном туризме.....	42
Приложение В. Маршрутизация от хостела до места проведения мероприятия.....	43
Приложение Г. Спортивные мероприятия и их значение в событийном туризме.....	44

## Введение

Путешествие – термин, характеризующий перемещение людей в пространстве независимо от цели такого перемещения. Разновидностью путешествий является туризм.

Туризм (фр. *tourisme*, от *tour* – прогулка, поездка) – явление весьма молодое, ставшее массовым только после второй мировой войны, с другой стороны – имеющее глубокие исторические корни, поскольку путешествия известны с древних времен. В истории туризма принято различать 4 этапа:

- 1) до начала XIX в. – элитарный туризм, зарождение специализированных предприятий по производству туристических услуг;
- 2) XIX в. – Первая мировая война – революционные изменения в развитии транспорта, создание первых бюро путешествий;
- 3) Период между двумя мировыми войнами – начало становления массового туризма;
- 4) После. Второй мировой войны – современный этап – массовый туризм, формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

Туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. На сферу туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов [1]. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику. Во многих государствах мира туризм развивается как система, которая предоставляет все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны и её народа, и даёт доход в казну. Помимо значительной статьи дохода туризм является ещё и одним из мощных факторов усиления престижа страны, роста её значения в глазах мирового сообщества и рядовых граждан. Туризм является разновидностью путешествий и охватывает собой круг лиц, путешествующих и пребывающих в местах, находящихся за пределами их обычной среды, с целью отдыха, в деловых или иных целях. На первый взгляд понятие «туризм» является доступным каждому из нас, так как все мы совершали куда-нибудь поездки, читали в газетах статьи о туризме, смотрели телепередачи о путешествиях, а, планируя свой отпуск, пользовались консультацией и услугами туристских агентств. Однако в научных и учебных целях весьма важно определить взаимоотношения между составными

элементами туризма как отрасли народного хозяйства. Хотя в процессе развития туризма появились различные толкования этого понятия, особую значимость при определении этого явления имеют следующие критерии:

1) Изменение места. В данном случае речь идет о поездке, которая осуществляется в место, находящееся за пределами обычной среды. Однако нельзя считать туристами лиц, ежедневно совершающих поездки между домом и местом работы или учебы, так как эти поездки не выходят за пределы их обычной среды.

2) Пребывание в другом месте. Главным условием здесь является то, что место пребывания не должно быть местом постоянного или длительного проживания. Кроме того, оно не должно быть связано с трудовой деятельностью (оплатой труда). Этот нюанс следует учитывать, потому что поведение человека, занятого трудовой деятельностью, отличается от поведения туриста и не может классифицироваться как занятие туризмом. Еще одним условием является и то, что путешественники не должны находиться в посещаемом ими месте 12 месяцев подряд и более. Лицо, находящееся или планирующее находиться один год или более в определенном месте, с точки зрения туризма считается постоянным жителем и поэтому не может называться туристом.

3) Оплата труда из источника в посещаемом месте. Суть данного критерия в том, что главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Любое лицо, въезжающее в какую-нибудь страну для работы, оплачиваемой из источника в этой стране, считается мигрантом, а не туристом этой страны. Это относится не только к международному туризму, но и к туризму в пределах одной страны. Каждый человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны (или в другую страну) для осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в этом месте (стране), не считается туристом этого места [2].

Три этих критерия, положенные в основу определения туризма, являются базовыми. Вместе с тем есть особые категории туристов, в отношении которых данные критерии все-таки недостаточны-это беженцы, кочевники, заключенные, транзитные пассажиры, которые формально не въезжают в страну, и лица, сопровождающие или конвоирующие эти группы.

Анализ приведенных выше особенностей, характеристик и критериев позволяет выделить следующие признаки туризма:

деловые поездки, а также путешествия с целью проведения свободного времени-это перемещение за пределы обычного места жительства и работы. Если же житель города передвигается по нему с целью совершения покупок, то он не является туристом, так как не покидает свое функциональное место;

туризм-это не только важная отрасль экономики, но и важная часть жизни людей. Он охватывает отношения человека с окружающей его внешней средой [3].

Объектом исследования выступают виды и разновидности танцевального искусства в событийном туризме.

Предметом исследования-танцевальное искусство как ресурс.

Целью дипломной работы является исследование рассмотрения, как с помощью танцевального искусства развивается событийный туризм Приморского края.

Задачами являются:

- анализ событийных мероприятий Приморского края
- исследование событийного туризма с помощью анкетирования
- обоснование актуальности разработки событийного мероприятия

Методической и методологической основой данной работы являются специализируемая литература, а также учебные пособия и иные информационные ресурсы.

# 1 Теоретические аспекты изучения факторов привлекательности событийного туризма

## 1.1 Событийный туризм: понятие, виды, принципы организации

Событийный туризм-направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. 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 [4].

Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события и тематике события. В событийном туризме выделяют несколько тематических видов:

- национальные фестивали и праздники
- фестивали кино и театра;
- гастрономические фестивали;
- фестивали и выставки цветов;
- модные показы;
- аукционы;
- фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- спортивные события.

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу-гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков.

Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. В настоящее время крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются "карнавальные" туры.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Предполагается, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров. Среди событий, привлекающих туристов в Россию-крупные международные спортивные соревнования (Кубок Кремля по теннису, хоккейные турниры и футбольные матчи, спортивный Праздник Севера в Мурманской области), культурные события-Московский международный кинофестиваль, этнические праздники (якутский праздник в честь

наступления лета, недели культуры и искусства разных стран или народов) и религиозные (русская Масленица в Москве). Юбилейные торжества в разных городах привлекают приезжих не только из России, но и из-за рубежа [5].

Являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной по силе, так и продолжительности воздействия. Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на два вида: внешние (экзогенные); внутренние (эндогенные). Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. Природно-географические (море, горы, леса, флора, фауна, климат и т.д.) и культурно-исторические (памятники архитектуры, истории и культуры) факторы как основа туристских ресурсов являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения. Богатство природных и культурно-исторических ресурсов, возможность и удобство их использования оказывают существенное влияние на масштабы, темпы и направления развития туризма (Рисунок 1).

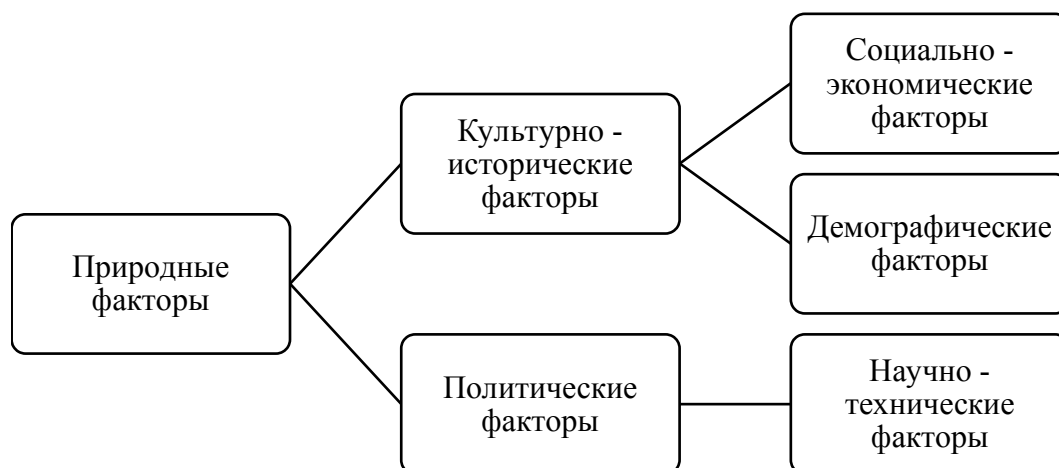


Рисунок 1 – Факторы, воздействующие на туризм

В целом же природно-географические и культурно-исторические факторы создают предпосылки для развития туризма и имеют непреходящую, неизменную ценность. Человек может лишь приспособить их к своим нуждам и сделать более доступными для использования в туристских целях. Влияние экономических факторов на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Существует прямая зависимость между экономическим развитием страны, объемом национального дохода и материальным благосостоянием ее граждан. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом



рынке по количеству туристских поездок своих граждан. К числу экономических факторов относятся также инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют.

Так, изменения обменных курсов существенно влияют на объем туристских потоков между странами с сильными и слабыми валютами. Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку в страну валюты, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т.д. Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики государства.

Основными направлениями туристской политики в России являются: защита прав путешественников защита интересов производителей отечественного туристского продукта всемерная поддержка внутреннего и въездного туризма, который проявляется в форме: прямых инвестиций в формирование туристской инфраструктуры, научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального туристского продукта на мировом туристском рынке, налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций.

Демографические факторы также оказывают влияние на развитие туризма. Рост населения увеличивает мировой туристский потенциал, в результате чего новые людские резервы вовлекаются в туристскую деятельность.

Научно-технические факторы влияния на туризм особенно значимы в эпоху НТР. Современная наука и техника преобразуют путешествия, делают их мобильными, зрелищными и более разнообразными, чем прежде. Новые технические возможности позволяют безопасно и комфортно путешествовать на традиционном автобусе, многопалубном круизном теплоходе, подводной лодке или воздушном шаре. С помощью новых технологий в тематических парках разворачиваются захватывающие картины и действия, переносящие туристов то в иные миры, то в другие страны нашей планеты; возможными стали и «путешествия во времени» [6].

В соответствии с ролью туризма в возрождении экономического потенциала страны Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» признаёт туризм приоритетной отраслью экономики России. При этом определено, что главным направлением государственной поддержки должно стать развитие въездного и внутреннего туризма [7].

Анализ современного состояния туристского рынка показывает, что основными странами, поставляющими туристов в нашу страну, являются: Германия, Финляндия,

США, Великобритания, Италия, Франция и Япония. В силу своего географического положения Россия не является и не может стать страной массового въезда туристов с целью традиционного пляжного отдыха. Тем не менее культурно-исторический, природный потенциал страны огромен, и при правильной постановке маркетинговой работы, а также совершенствовании и развитии туристской инфраструктуры, в том числе формировании объектов туристского показа на основе развития исторических центров, количество иностранных туристов может значительно вырасти. Вместе с тем спрос на туристские услуги внутри страны постоянно растёт.

При этом отчётливо выявляется несоответствие существующего туристского продукта и современного туристского спроса. Причина этого кроется в почти полном отсутствии двух-трёх звёздочных гостиниц туристского класса, предполагающих качественное обслуживание, и невысоком уровне подготовки персонала для работы на туристском рынке.

В целом, Россия, несмотря на огромный туристский потенциал остаётся одной из немногих стран с невысоким уровнем развития внутреннего туризма. Среди социальных факторов развития туризма в первую очередь необходимо отметить увеличение продолжительности свободного времени населения (сокращение рабочего времени, увеличение продолжительности ежегодных отпусков), что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов. К числу социальных факторов развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения [8].

Исследования свидетельствуют, что существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Технологические факторы, связанные с прогрессом в технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов. Развитие науки и техники способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг (гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий). Экологические факторы оказывают на туризм самое непосредственное воздействие, так как окружающая среда является основой и потенциалом туристской деятельности.

Внутренние факторы, воздействующие на туризм, – это ключевые явления и тенденции, проявляющиеся непосредственно в его сфере. К ним в первую очередь относятся материально-технические факторы, связанные с развитием средств размещения, транспорта, предприятий питания, бытового обслуживания, рекреационной сферы,

розничной торговли и т.д. К внутренним факторам относятся также факторы туристского рынка: Процессы спроса, предложения и распространения.

Возрастание роли сегментации рынка (появление новых внутри региональных туристских сегментов, увеличение расстояний путешествий, разнообразие форм проведения каникул, рост краткосрочного пребывания, возрастание диверсификации туристского развития в устоявшемся туристском пространстве и т.д.) Возрастание роли координации деятельности в туризме и процессов монополизации (усиление горизонтальной интеграции, т.е. рост партнерских отношений крупных фирм со средним и малым бизнесом, вертикальной интеграции через создание стратегических туристских союзов и т.д.). Возрастание роли средств массовой информации и связей с общественностью в продвижении, рекламе и реализации разрабатываемых турпродуктов. Сегментировать рынок событийного туризма можно по различным критериям:

- географический:
  - локальный (местный) – для Пензенской области это выступления местных музыкальных групп, концерты, праздники, к которым не проявляют интереса потребители других областей, регионов и стран;
  - региональный – события, имеющие отношение только к данному региону, к примеру Всероссийский фестиваль-конкурс народного танца «Танцуй, Поволжье!», Поволжский фестиваль моды, Поволжский трайбл фестиваль;
  - национальный – это такие события, как Всероссийский фестиваль науки, Всероссийский открытый фестиваль науки, Всероссийская ярмарка народных ремесел и художественных промыслов «Петропавловская ярмарка»
  - международный – это события, в которых принимают участие представители других стран, такие как Сибирский международный карнавал кукол, Международный Иркутский Карнавал «Шагаем вместе», Международный театральный фестиваль им. А.П. Чехова.

Возрастание роли кадров в туризме (увеличение численности работников, развитие профессионально-квалификационной структуры, повышение значения профессиональной подготовки, улучшение организации труда и т.д.). Возрастание роли частного туристского бизнеса (создание условий, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество малых предприятий, осуществляется эффективная реализация турпродукта на основе профессионального маркетинга, что порождает потребность в повышении квалификации

персонала). Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает сезонность, выступающая как важнейшая специфическая проблема.

С социальной точки зрения: туризм – наилучший способ знакомства с культурой стран и народов основой событийного туризма является историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. событийный туризм является важным средством создания культурных связей и международного сотрудничества [9]. Кроме того, главной особенностью событийного туризма можно считать возможность его постоянного развития, ведь он неисчерпаем, ежегодно пополняется новыми событийными турами, из событий эти туры переходят в разряд постоянных.



Рисунок 2–  
Преимущества

развития туризма с экономической точки зрения

Таким образом, по первому разделу можно сделать выводы о том, что развитие событийного туризма играет важную роль в развитие всей туристской индустрии региона. Данные об экономическом развитии событийного туризма представлены на рисунке 2.

## 1.2 Танец как туристский ресурс

Танцевальные фестивали – это художественная и социально-значимая деятельность, направленная на достижение целей, которые указаны на рисунке 3.

Танцевальные фестивали решают задачи, актуальные для молодежной аудитории: организация свободного времени, осваивание модных новинок, самореализация молодежи и активная жизненная позиция.

На сегодняшний день проводится большое количество танцевальных фестивалей по различным стилям танцев по всему миру. Разнообразие стилей, массовость мероприятий, обмен танцевальным опытом, проведение мастер-классов от топовых отечественных и зарубежных танцоров, танцевальные баттлы, позволяющие проявить себя, показать свои эмоции – всё это важно для молодежи и привлекает её.

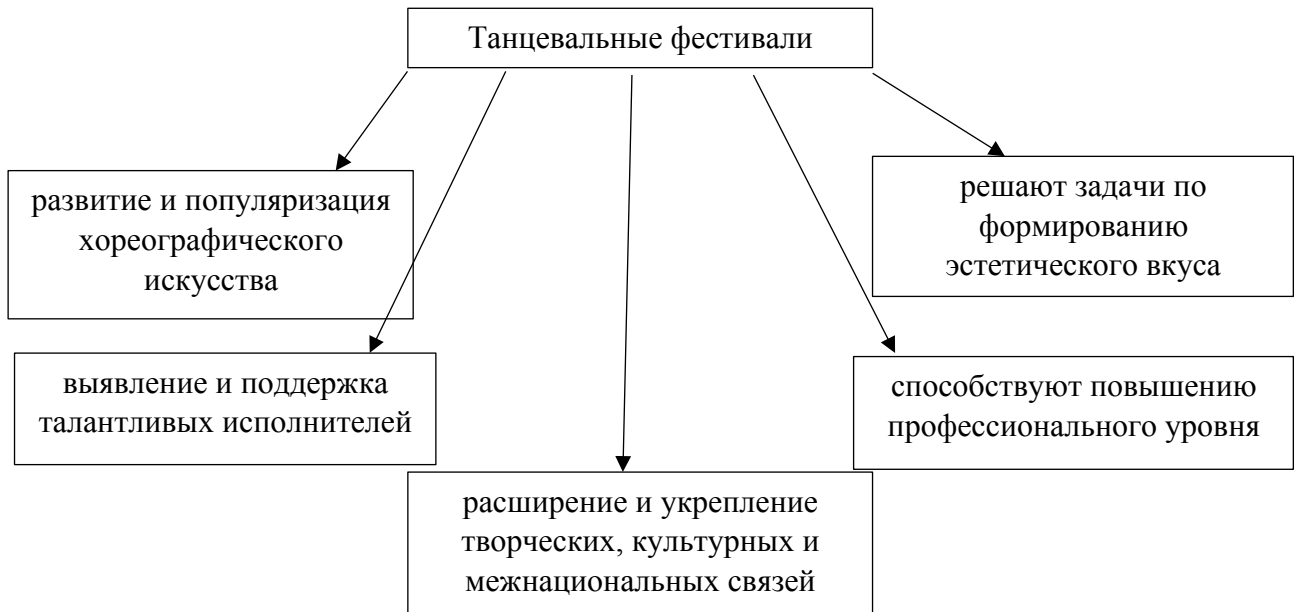


Рисунок 3 – Цели во время танцевальных фестивалей

Поэтому танцевальные фестивали имеют высокую степень туристской привлекательности и должны рассматриваться как один из перспективных видов и ресурсов фестивального туризма [10]. Фестивали способны привлечь и привлекают к себе большое количество людей. Танцевальные фестивали посещают огромное количество людей, по крайней мере, в Европе, Америке и Азии, в России же пока на самые раскрученные и крупнейшие фестивали съезжается множество танцоров. Всё это можно использовать для развития туризма в регионе, стране в целом и организовывать специальные туры с посещением фестивалей с танцевальной тематикой.

Таким образом, можно смело заявить, что танцевальные мероприятия имеют высокий потенциал, как ресурс событийного туризма и туристским деятелям следует обратить свое внимание на данный вид фестивального туризма и включать посещение танцевальных мероприятий в состав турпакетов, специально разработанных для молодежи, занимающейся уличными танцами. Всякое туристическое путешествие преследует определенную цель. В случае танцевального туризма - таких целей сразу несколько: открыть для себя новую страну, отдохнуть и поучаствовать в танцевальном

событии. То есть, отдыхающий одновременно предстает непосредственным участником обязательных танцевальных событий в месте своего пребывания. Если мир танцев вас по-настоящему интересует, а график жизни достаточно гибкий, вы можете отправиться в любую точку на карте, где намечается какой-либо танцевальный фестиваль, или другое мероприятие. Настоящие любители планируют сложнейшие маршруты с многочасовыми перелетами на год вперед. Организацией таких поездок занимаются обычно турфирмы и некоторые школы танцев.

Анализируя содержательную часть явления танцевального туризма, следует определить, что это особый вид туризма, на протяжении которого обязательно присутствует участие в различных танцевальных мероприятиях в месте пребывания. Если собирающийся отправиться в путешествие не представляет свою жизнь без танцев, то он выбирает для поездки ту страну или курорт, где в это время намечается проведение какого-либо музыкального фестиваля или другого мероприятия. Но готовиться к такому туру необходимо заранее за несколько месяцев, поскольку музыкальный туризм сейчас довольно популярен и на крупные музыкальные фестивали билеты разбирают задолго до его начала. Обязательно нужно почитать о танцах, определив интересующий вас танцевальный стиль.

Самый распространенный вид так называемого дэнс-тура на сегодня – это поездки в танцевальные лагеря и на фестивали. Приглашающая страна организует тематический кэмпинг, куда могут приехать участники из любого уголка мира. Обычно такие лагеря посвящены определенному стилю танца: танго-кэмп, хип-хоп-кэмп и так далее. При желании можно найти 2-3 таких мероприятия каждый месяц. Главная прелесть танцевального туризма, если речь идет о социальных танцах, - от вас не требуется никакой специальной подготовки. Ваш пол, возраст, социальный статус и профессия не имеют никакого значения. Во многих лагерях действует негласное правило: каждый танцует с каждым. Достаточно просто подойти к понравившемуся вам человеку и пригласить его на танец. Переходя к анализу своеобразия виды танцевального туризма, следует отметить, что в танцевальном путешествии у вас могут быть разные роли (Таблица 1):

Таблица 1 – Виды и цели туристов танцевальных туров

Турист	Цель
Турист-зритель	Покупка билета и отправление в другую страну, чтобы посмотреть на выступления профессиональных танцовщиков
Турист-участник	Когда турист принимает участие в танцевальном событии
Турист-ученик	Обучение определенному стилю танца у заграничного педагога, посещение мастер-

С другой стороны, если ваша цель - повышение квалификации, вы можете выбрать другой тип тура: обучающий. Организаторы учтут ваш текущий уровень мастерства, подберут преподавателей среди местных педагогов и даже помогут подобрать партнера на время тренировок, если вы путешествуете в одиночку. Здесь можно здорово повысить свой танцевальный класс: весь график проживания заточен именно под программу обучения, а преподаватели, как правило, очень известные люди в своем кругу, и частные уроки у них недешевы.

С точки зрения видового строения, танцевальный туризм может быть представлен в трех разновидностях (Рисунок 4):

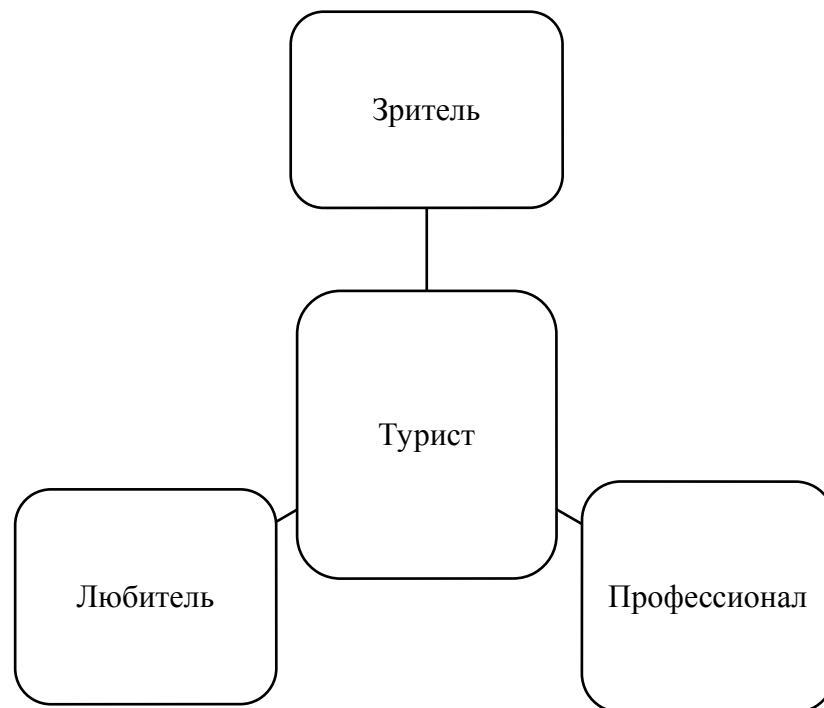


Рисунок 4 – Роли туриста в танцевальных турах

Следует выделить, что танцевальный туризм пользуется наибольшей популярностью у «зрителей» и «любителей». Составлением туров занимаются турагентства или некоторые школы танцев.

Опытный путешественник наверняка знает, что организацию любой поездки нужно начинать с поиска информации. А потому начинает с мониторинга актуальных предложений в Интернете по запросу «танцевальный туризм/танцевальные туры».

Знание иностранных языков необходимы в путешествии, но вообще-то язык танца понятен и доступен каждому, вне зависимости от страны и национальности. Танцевальный тур представляет собой прекрасную возможность познакомиться с традициями принимающей страны, пообщаться с интересными людьми, зарядиться

положительными эмоциями и при этом - в первую очередь потанцевать в свое удовольствие [11].

Таким образом, танцевальный туризм, кроме всех его собственно составляющих, связанных с рекреационной и творческой направленностью, обладает и психологическим направлением его значимости. В этом отношении можно говорить о так называемой танцевальной терапии - как вида психотерапии, который использует движение для развития социальной, когнитивной, эмоциональной и физической жизни человека, способная увеличить самооценку человека, научиться балансу, координации и ощутить прилив сил и запас энергии.

### 1.3 Мировой опыт танцевальных событий и мероприятий

Мощнейшим стимулом для посещения туристами стран, занимающих лидирующие позиции на рынке туристских услуг, является событийный туризм, который является дополнительным источником привлечения туристов в межсезонье и часто служит туристской аттракцией в течение целого года.

В мире событийный туризм начал развиваться сравнительно недавно, но очень быстро стал для некоторых стран визитной карточкой, например, для Бразилии, которую по праву считают страной ярких масштабных карнавалов.

Несмотря на то, что событийный туризм как массовое явление отличается коротким историческим периодом, его корни уходят в далёкое прошлое: ещё в древнем мире данное явление имело место быть. Самый яркий тому пример Олимпийские игры, которые проводились раз в 4 года в Древней Греции.

Событие может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого при жизни поколения, или реже, а также наблюдаемого с регулярной повторяемостью ежегодно или в определенные периоды времени.

Каждая страна пытается изобрести и продвинуть свой продукт, поскольку понимает, что событийный туризм формирует имидж туристского региона, обеспечивает функционирование инфраструктуры туризма в межсезонье и, таким образом, является источником привлечения туристского капитала.

Основной капитал (активы)- это имущество туристских организаций, которое вовлечено в производственный процесс и функционирует во многих производственных циклах, сохраняя при этом свою натурально-вещественную форму на протяжении всего срока службы, и переносит свою стоимость на себестоимость туристских продуктов и услуг по частям, по мере износа.



Техническое состояние основного капитала туристской организации характеризуется степенью его изношенности, годности, обновлением и выбытием. Показателем изношенности основного капитала туристской организации является коэффициент износа ( $K_{из}$ , %), который рассчитывается по формуле.

Событие – это совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования (Рисунок 5).

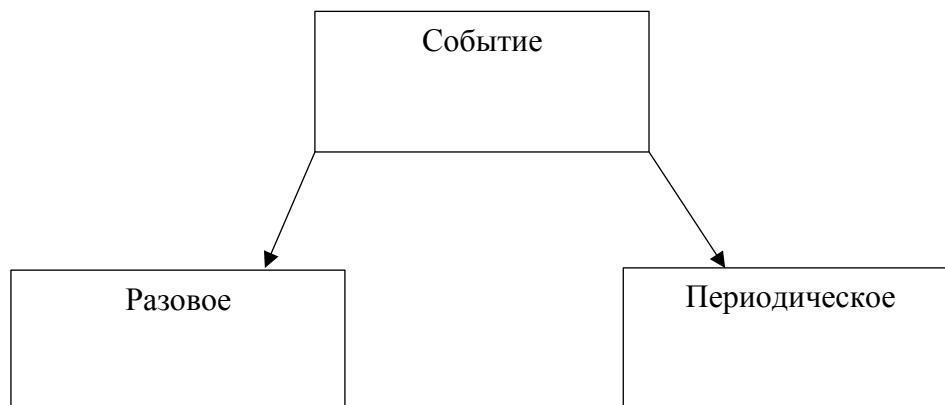


Рисунок 5 – Виды событий

Целевую аудиторию событийного туризма можно классифицировать по различным признакам. Классификация туристов и посещаемость мероприятий представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация туристов событийного туризма

Возраст	Финансовые затраты	Мероприятия
Аудитория в возрасте от 18 до 25 лет	Невысокие финансовые затраты	Посещение концертов молодых исполнителей, шоу-программы, фестивали пива, выставки произведений современного искусства
Аудитория в возрасте от 45 лет и старше	Наиболее платежеспособны	Посещение конференций, выставок, музеев, тренинги

Развитие интереса туристов к различным мероприятиям за 2015-2017 года, представлены в виде диаграммы (Приложение А).

Для примера возьмём Францию. Франция - самая посещаемая страна в мире. Это вполне оправдано, так как страна богата разнообразными памятниками и достопримечательностями, ценимыми туристами и зачастую уникальными.

Эта страна имеет огромные возможности для развития почти всех видов туризма. Обладая такими колоссальными туристскими ресурсами и с учетом высокоразвитой инфраструктуры, эта страна может проводить огромное количество мероприятий различного уровня и тематик

Во Франции проходит огромное количество, разнообразных по своему масштабу и тематике, событий. Для примера, мы рассмотрим несколько популярных и уникальных

мероприятий, которые имеют свою длительную историю и большое число поклонников, не только в самой Франции, но и за её пределами.

В Ницце в период, конец зимы – начало марта, проходит знаменитый карнавал. Ежегодно в нем участвует около миллиона туристов. Сопровождается он «цветочными сражениями», «Парадом голов» и, самое главное, выбором короля и королевы. Во второй половине февраля в Ментоне на фестиваль лимонов собирается триста-четырееста тысяч туристов.

Знаменитый Каннский кинофестиваль на Лазурном побережье каждую весну собирает любителей кино и поклонников звезд. В Ницце проходит один из самых крупных джазовых фестивалей Европы. В рамках фестиваля проходит 75 концертов, в которых принимают участие более 500 музыкантов.

Также среди значимых событий Франции следует отметить проведение велогонки Тур де Франс, которая делает петлю по всей Франции. Каждый год организаторы меняют маршрут и точку старта. Также стоит упомянуть о таком спортивном событии, как турнир по теннису Roland Garros.

Всем известны события, сделавшие имя тому или иному городу, региону, стране. Среди ярких примеров можно выделить карнавал в Рио-де-Жанейро, о котором знают на всех континентах. Бразильский карнавал уверенно держится в топе туризма среди самых посещаемых мировых событий.

Будапешт давно позиционирует себя «городом фестивалей», в их числе Весенний и Осенний фестивали, Будапештская ярмарка и фестиваль Sziget. В течение недели, когда он проходит в город, съезжаются молодые люди со всего света. Будапешт стремится стать одной из ведущих культурных столиц Европы, привлекающих большое количество внутренних и внешних туристов.

Все возможные события имеют большой потенциал в развитии многих отраслей. Начиная от экономической точки зрения заканчивая до духовного развития, таким образом можно определить популяризацию событий мирового масштаба среди туристов по количеству людей, которые принимают участие. Данные представлены за 2020 год [12]

Таблица 3 – Статистика событий мирового масштаба

Страна	Событие	Количество участников
Бразилия, Рио-де-Жанейро	Карнавал	1,1 млн человек
Франция, Ницца	Карнавал	200 тыс. человек
Франция, Канны	Кинофестиваль	2056 режиссёров

Продолжение таблицы 3

Страна	Событие	Количество участников
Франция	Велогонки	184 человека
Франция, Париж	Турнир по теннису	128 человек
Германия, Мюнхен	Пивной фестиваль	12 тыс. человек
Венгрия, Будапешт	Фестиваль культуры	1 тыс. человек

Масштабные международные мероприятия, события могут предоставить отличные возможности для продвижения территории и повышения ее туристской привлекательности. Но они производят ограниченный, краткосрочный эффект, если не предусматриваются в долгосрочной стратегии, которая обычно связана с текущей социально-экономической ситуацией и основными ценностями. Данные мероприятия также должны поддерживаться жителями города или страны.

Самые маленькие городки и даже деревни сегодня используют инструменты событийного маркетинга, организуя фестивали, прославляющие их уникальность.

Главное требование к организации событийного туризма это наличие события. Требования к организации событийных туров различаются в зависимости от вида событийного туризма, но общее требование и одно из важнейших это информация о месте и времени событий, поскольку событийный туризм часто представлен нерегулярными событиями или событиями, которые каждый раз случаются в разное время или месте.

Не менее значимую роль в решении организационных вопросов при подготовке туристского продукта событийного содержания играют несколько главных факторов, которые представлены на рисунке 6:



Рисунок 6 – Главные факторы для подготовки событийного туризма

Как и в любом другом варианте классификаций, событийный туризм можно дифференцировать по различным критериям в зависимости от поставленных целей. Например, событийный туризм можно классифицировать по масштабу событий, которые представлены в таблице 4:

Таблица 4 – Классификация событийного туризма

Событие	Пример
Национальные события	Национальные праздники, чемпионаты и соревнования, карнавалы, дни распродаж, парады, балы, шоу, ярмарки, дни рождения знаменитостей, маскарады, музыкальные конкурсы и фестивали
Спортивные мероприятия	Футбольные матчи, мировой теннис, ралли, бокс, хоккей, фигурное катание, скачки, регаты, гольф, крикет, спортивные танцы, лыжные соревнования, регби, поло
Выставки	Крупнейшие выставки в различных областях: транспорт, бизнес, реклама, информационные технологии, культура, промышленность, медицина, строительство
Концерты	Выступления мировых звезд, джазовые концерты, знаменитые теноры мира, музыкальные конкурсы и фестивали

Танцевальные фестивали на территории России имеют довольно небольшую историю, но все же современные тенденции развития отвечают западным традициям, которые продвинулись в этом направлении куда дальше. В России на данный момент проводятся танцевальные фестивали во многих городах, но из-за того, что не имеется государственной поддержки и в силу многих организаторских моментов, всего лишь некоторые из них проводятся регулярно и на высоком уровне.

Танцевальные фестивали имеют огромное значение для развития и поддержания межкультурных и межнациональных связей. Помимо этого, танцевальные фестивали имеют большое социальное значение для населения, так как отвлекают молодежь от различных негативных воздействий социума и позволяют подросткам иметь выбор в своей жизни и самим решать, чем им заниматься. Для родителей это также хорошая возможность для развития своего ребенка и привития ему любви к искусству [13].

Подобные фестивали оказывают положительное влияние на молодежь, прививают ей любовь к творчеству и к танцу. Танцевальные фестивали позволяют проявить себя, показать свою индивидуальность, а это особенно важно для детей и подростков

## 2 Танцевальное искусство, как ресурс для развития событийного туризма Приморского края

### 2.1 Анализ событийных мероприятий Приморского края

В современном мире, когда традиционные рекламные методики не работают, а рынки изобилуют идентичными предложениями, для продвижения бренда все больше производителей прибегают к реализации своей маркетинговой стратегии при помощи событийных мероприятий.

Событийные мероприятия – маркетинговый инструмент, комплекс специальных мероприятий и акций, проводимых с целью манипулирования поведением и мнением специально приглашенной на событие аудитории. Цель событийного маркетинга – продвижения интересов компании, манипулирования поведением и мнением целевой аудитории.

Такой способ продвижения появился в нашей стране недавно: впервые о нем заговорили в начале 21-го века. Суть этого направления заключается в проведении мероприятий для целевой аудитории, чтобы сформировать позитивное отношение к бренду или продукту. Событийный маркетинг всегда направлен на улучшение узнаваемости компании или увеличение лояльности потребителей.

Эффективность этого метода воздействия основана на обращении к эмоциональной стороне личности, на создании хорошего настроения и положительных ощущений, работающих на подсознание человека. Положительные, яркие эмоции, которые способно дать хорошо организованное мероприятие, будут ассоциироваться с компанией и её продукцией, а значит способствовать росту продаж.

При проведении мероприятий в рамках событийного маркетинга могут преследоваться различные цели (Рисунок 7).

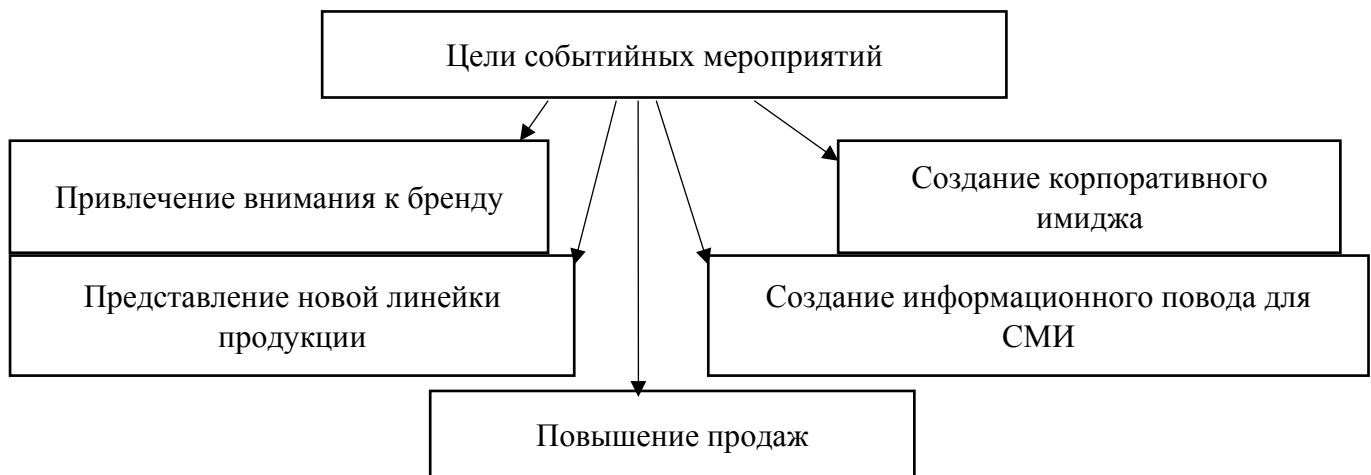


Рисунок 7 – Основные цели проведения событийного мероприятия

Так же проводятся и специальные мероприятия, можно подробно рассмотреть схематично (Приложение Б).

При этом, планируя проведение того или иного события можно поставить перед собой сразу несколько целей. Так, организовав молодёжный праздник для представления новой модели мобильного телефона, можно одновременно представить новую продукцию, привлечь внимание к бренду, повысить имидж и узнаваемость марки, кроме того, подобное событие безусловно станет информационным поводом для СМИ.

Мероприятия, осуществляемые в рамках реализации событийного маркетинга, классифициру

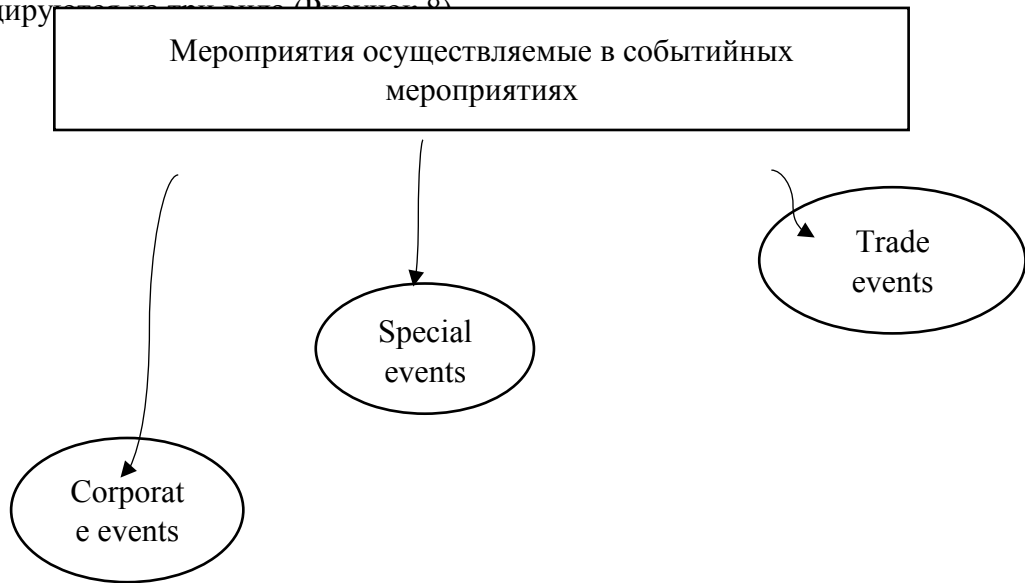


Рисунок 8 – Виды событийных мероприятий

В нашем будет интересен «Special events», который представляет собой ряд специальных мероприятий (фестивалей, концертов, массовых шоу-программ, рекламных туров), благотворно влияющих не только на продвижение товаров и услуг, но и на имидж компании.

Особенности управления специальными событиями и мероприятиями во многом предопределяются необходимостью вложения значительных средств в организацию и проведение любого мероприятия, при этом помимо финансовых затрат следует учитывать потребность в интеллектуальных, материальных и человеческих ресурсах для проведения специального мероприятия. Также нужно принимать во внимание ограниченный промежуток времени, в течение которого нужно подготовить и провести специальное мероприятие. Следовательно, процедуры управления в событийной сфере требуют проектно-ориентированного подхода, в соответствии с которым определяется конечная цель проведения специальных событий, формулируются задачи проведения проекта, также планируются методы и способы достижения запланированного восприятия события

обществом и целевой аудиторией. Поскольку событийный менеджмент предполагает получение конкретного эффекта от проведения мероприятий, то очевидна необходимость обеспечения должного влияния на целевую аудиторию специального события. Влияние на аудиторию достигается через учет потребностей и интересов заинтересованных общественных групп. Следует отметить, что случайные или внезапные мероприятия не относятся к событийному менеджменту, так как происходят без должной подготовки и организационных мер по их обеспечению. Управление специальными событиями подразумевает только специальным образом подготовленные и проведенные мероприятия, которые были организованы по конкретному поводу, в связи со общественно-значимым событием или по случаю памятной даты. По своей сути, событийный менеджмент основан на планировании, организации, контроле и управлении комплексом мер, связанных с проведением специального события. Целью управления специальным мероприятием изначально выступает обеспечение исключительного и неповторимого характера данного события и связанных с ним мероприятий. Интерпретация данной цели предполагает получение от общества и целевой аудитории ожидаемого отклика и общественного резонанса, который планируется в ходе подготовки мероприятий.

Достижение целей и решение задач, стоящих перед организаторами специального события, в рамках управления проектом в событийной сфере обеспечивается оригинальной подачей идеи события целевой аудитории, концептуальным представлением события, а также за счет донесения информационного сообщения общественным группам, в интересах которых проводится событие. Кроме того, необходимо учитывать, что разные способы подачи и представления ключевой идеи события должны соответствовать сути события и не противоречить концепции события или отдельных мероприятий в рамках такого события.

Концептуальное представление события зависит от масштабов планируемых мероприятий, однако, непосредственная подготовка и организация события производится в зависимости от выбранного варианта разработки концепции события и относящихся к нему мероприятий.

В целом, событийный менеджмент предполагает три варианта разработки события и мероприятий: Концепция планируемого события разрабатывается специалистами-организаторами, которые исходят из какой-либо креативной идеи. Концепция планируемого события формируется под конкретного заказчика, который путем проведения данного мероприятия планирует достичь и реализовать какие-либо собственные цели, стоящие перед ним в данный момент времени. Концепция



специального мероприятия изначально была проработана его непосредственным организатором и главным спонсором, который затем ищет подрядчиков для его проведения. Первый вариант предполагает, что организаторы события отталкиваются от конкретной идеи события, под которую ищут спонсоров для финансирования проекта, нанимают артистов, технический персонал и осуществляют технологическую подготовку проекта. Второй вариант соответствует обратному процессу, когда основной спонсор мероприятия выступает заказчиком события и финансирует организацию события полностью или в значительной степени. Следует отметить, что первый вариант в большей степени отвечает потребностям небольших по масштабам событий, тогда как второй вариант соответствует крупным мероприятиям, связанным с наиболее общественно-значимыми проектами. Третий вариант характерен для крупных компаний.

В зависимости от характера мероприятия, можно выделить следующие типы событий, которые представлены в таблице (Таблица 5).

Таблица 5 – Типы событий и их характеристики

Тип событий	Характеристика
Социально-ориентированные события	Спортивные мероприятия и соревнования, праздники, пропаганда, массовые гуляния, музыкальные выступления, концерты
Деловые события	Семинары, выставки, конференции
Благотворительные события	Сбор средств, открытие фондов
Особо-значимые события	Годовщины, церемонии, поздравления, открытия социальных объектов, торжества
Рекламные и маркетинговые события	Акции, распродажи, открытие новых торговых точек

Характер управления проектами в рамках организации и проведения специальных событий в социально-культурной сфере предполагает невозможность обособленного существования проектов, так как очевидна необходимость постоянного управленческого воздействия, которое должно быть тесно связано с внутренней структурой планируемого события и выделенными на его реализацию ресурсами. Концепция управления специальными событиями и мероприятиями в современных условиях во многом основана на взаимодействии с внешней средой, поэтому подготовка и организация специальных событий осуществляется в условиях, когда проект не возникает самостоятельно, а является следствием процессов, протекающих во внешней среде. Условия среды, в которой реализуется проект по организации специального события, предполагают обязательное наличие конкретных целей у данного события, достигнуть которые входит в первостепенную задачу организаторов и заказчиков события. Управленческая

деятельность в рамках проекта организации специального события осуществляется в условиях комплексной реализации функций управления, что предполагает комбинаторный характер согласования целей и задач специального события.

Среди лучших событий есть гастрономические фестивали и спортивные состязания, их значимость и наглядное место в событийном туризме можно увидеть на рисунке (Приложение Г) военные, исторические реконструкции и народные праздники, демонстрирующие уникальные особенности своего региона, фестивали посвященные всем видам искусства – литературе, живописи, кинематографу, музыке и даже архитектуре. Представленные здесь проекты заслужено получили статус «национального», так как являются самыми значимыми событийными мероприятиями, которые стремятся посетить туристы не только со всей России, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья.

## 2.2 Анализ потребительского спроса событийных мероприятий г. Владивосток

Событийный туризм – это интересный ресурс в наше время. Для привлечения туристов, нам важно узнать, чем больше интересуется общество.

Для этого мы провели опрос, в ходе разработки анализа для привлечения мероприятий. В опросе участвовали множество разных как по возрасту, так и по интересам людей.

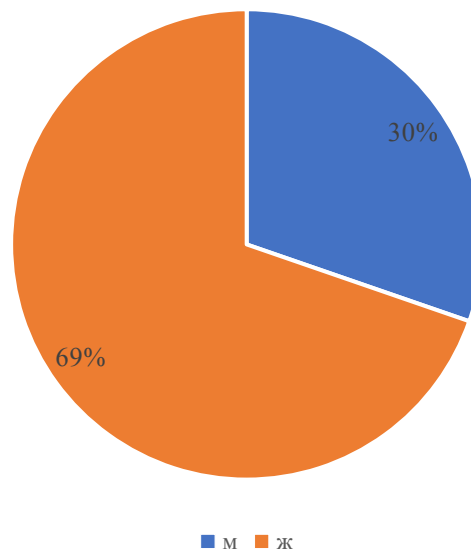
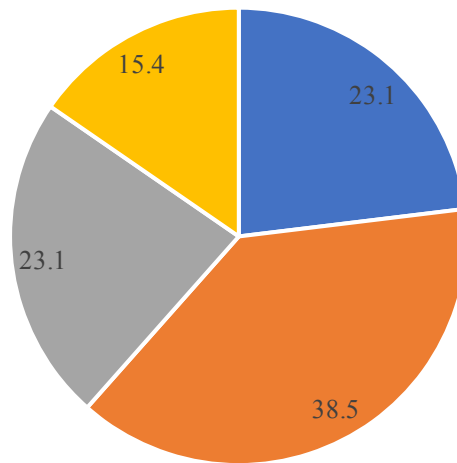


Рисунок 1 – Ваш пол

В опросе участвовало около 115 человек. Аудитория относительно небольшая, но нам было достаточно, чтоб сделать некий вывод. Как мы можем видеть на диаграмме, большая часть – это женщины. 69% женский пол, 30 % мужской пол.



■ 16-18 ■ 18-25 ■ 25-40 ■ 40+

Рисунок 2 – Сколько вам лет

- Тут мы наглядно видим, что больше всего участвовали в опросе общество от 18-25 лет, вышло 38,5%. Но также для более углублённой информации прошли участие и люди 40+, в том числе и пенсионеры (15,4%). Остальное это школьники (23,1%) и состоявшиеся люди от 25-40 лет (23,1%).

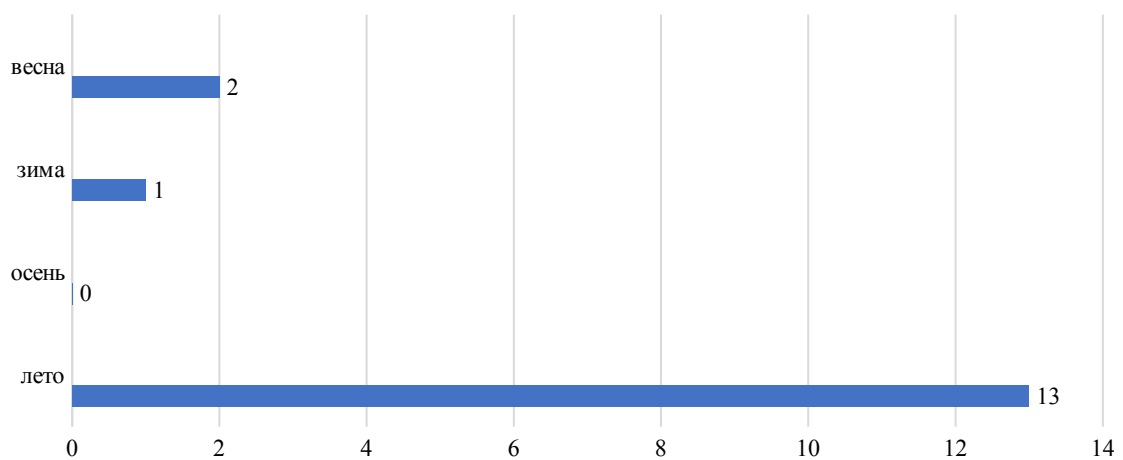


Рисунок 3 – В какое время вы предпочитаете отдыхать

Исходя из ответов вывод можно сделать не задумываясь. На 100% выиграло самое теплое время года (Лето). Но самым не заимствованным оказалась осень.

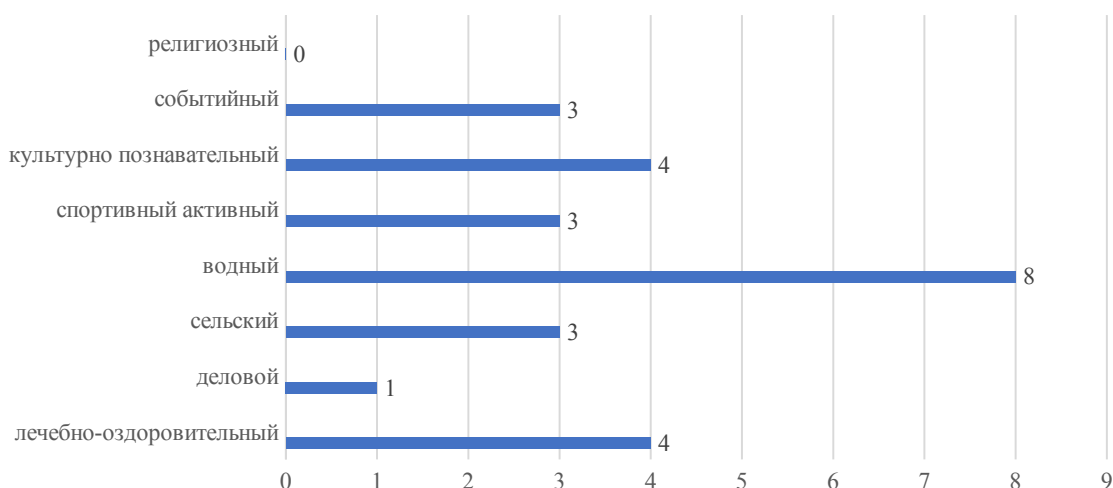


Рисунок 4 – Какой вид отдыха вы предпочитаете

Как выяснилось водный вид отдыха самый интересный для наших туристов (61,5%).

Меньше всего общество интересуется религиозный вид (0%).

Остальное заимствовано в обществе, но не сильно распространено среди отдыхающих. Следовательно, тут можно сделать несколько выводов:

- Можно обратить внимание на эти виды, чтобы реализовать новые интересные туры и мероприятия, для распространения этих видов отдыха и привлечения туристов.

- Либо не принимать в счет малопроцентный выбор опроса и делать акцент на самом привлекающим общество отдыхе

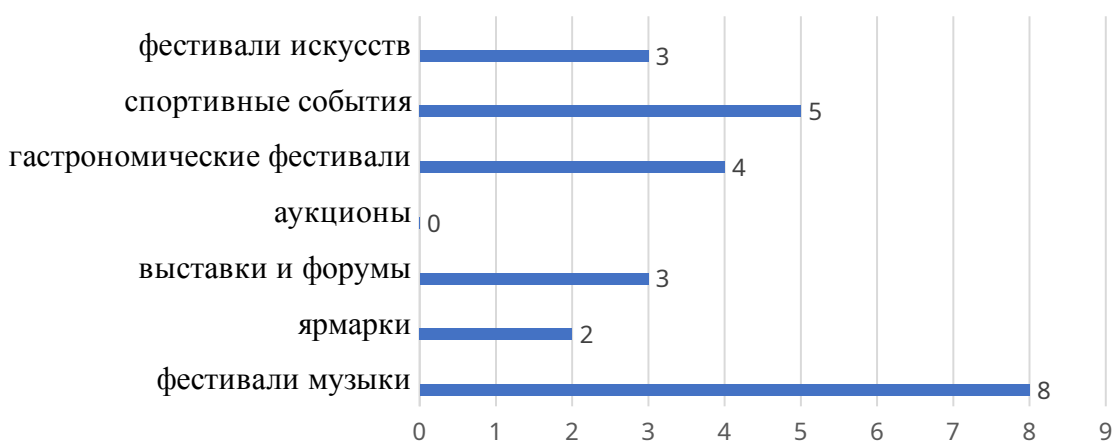


Рисунок 5 – Какие события вам больше всего интересны

Очень интересный вывод в ходе этого вопроса. Большинству интересны различные фестивали музыки (концерты и т. п.) 61,5%. Оказалось очень странно, но в наше время все еще актуальны спортивные мероприятия (38,5%).

Развивать такие мероприятия стоит не задумываясь.

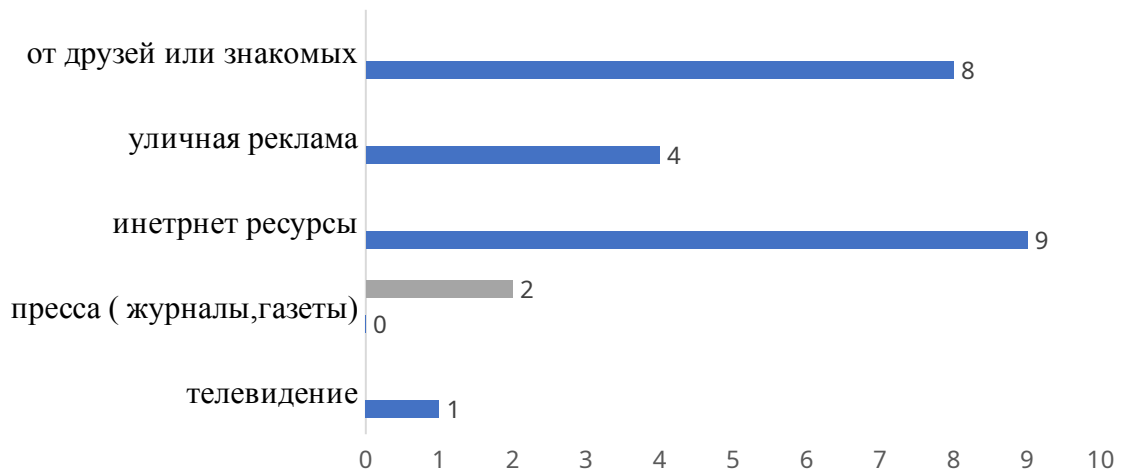


Рисунок 6 – Из каких источников вы узнаете про культурные мероприятия

Тут информация по ответу самая очевидная. Интернет ресурсы-самая распространенная информационная волна для общества. (69.2%), но и через живое общение с людьми получают множество информации (61,5%). Пресса, журналы, газеты-устаревшая значимость информационного ресурса даже для пенсионеров (в опросе участвовали)

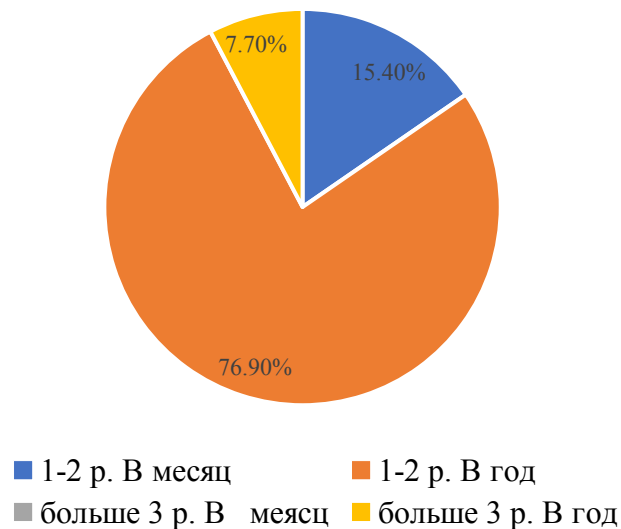


Рисунок 7 – Как часто вы путешествуете

Частый ответ это 1-2 раза в год (76,9%). Это разумно на данное время отдыхать не так часто, общество погружено в быт и рабочие моменты жизни. Но в некотором плане актуальность взял ответ 1-2 раза в месяц (15.4%).

В ходе опроса можно сделать вывод, что в наше время обществу интересен энергичный, здоровый, проведенный в жаркое время года отдых и путешествия. Исследование показало положительный исход о событийном туризме. Туристам

актуальны мероприятия, связанные с событийным туризмом, они активно в них участвуют и очень заинтересованы в этом.

### 2.3 Обоснование актуальности разработки событийного мероприятия

Актуальность работы определяется сложившейся необходимостью комплексного анализа рынка событийного туризма. Слабая информационная поддержка мероприятий, которая не преследует конкретной цели продвижения и привлечения туристов является основанием того, что события, как правило, посещают малочисленные туристы разных городов. Как следствие, потенциал событийных мероприятий используется недостаточно, формируя для организаторов в целом угрозу репутационных и финансовых потерь.

Несмотря на то, что событийный туризм достаточно молодое понятие, корни этого явления уходят далеко вглубь веков. Некоторые обычаи и традиции еще в прошлые века привлекали в какое-либо место огромную массу людей, но и сегодня мы видим, что всё большее количества людей приобщаются к культуре своего края. С каждым годом к ним добавляется бесчисленное количество массовых и зрелищных мероприятий событийной направленности, так как почти во всем мире произошла глобальная переоценка интересов и запросов людей, в результате чего к концу прошлого века заговорили о новом виде туризма – событийном, или как его ещё называют ивент - туризм.

В общемировом потоке туристов, численность которых в 2015 году уже перешагнула за миллиардный рубеж, люди, желающие обязательно присутствовать где-либо, увидеть и ощутить что-либо, составляют определенный процент и с каждым годом это процент значительно увеличивается.

Образование нового вида туризма – событийный туризм – потребовало создания собственного понятийного аппарата и методологической базы. В магистерской работе на основе анализа источников литературы представлен обзор терминов и определений, связанных с этим явлением, указаны различные подходы авторов к описанию данного вида туризма.

Успешное развитие туризма в целом и событийного туризма в отдельности на сегодняшний день до сих пор имеют целый ряд проблем: отсутстви единой полноценной методической базы управления развитием туризма с учетом его событийной направленности ; недостаточность полноценных маркетинговых исследований в области событийного туризма; отсутствие периодически повторяющихся широкомасштабных мероприятий слабая обеспеченность транспортом, устаревшая база туристской инфраструктуры.

Реализация данного комплекса мероприятий будет способствовать не только дальнейшему развитию событийного туризма на территории области, но и в целом повысит известность региона как на внутреннем, так и на внешнем рынке туристских услуг.

Одним из основных факторов повышения туристской привлекательности Приморского края должно стать повышение узнаваемости, увеличение количества посетителей данного региона, создание прочного имиджа развитой в культурном, социальном и экономическом отношении как отдельной территории, так и региона в целом, выйти на новый уровень стабильного развития событийного туризма не только в области но и стать одним из лидеров по организации и проведения событийных мероприятий на региональном уровне:

– Стать одним из лидеров по организации количеству мероприятий, проводимых на территории - области и качеству проведения их на региональном уровне – особенно актуально в нынешних условиях жесткой конкуренции между регионами.

Мероприятия по формированию, продвижению и реализации событийного турпродукта расширит спектр предоставляемых туристских услуг для различных групп туристов; включит рекомендации по усовершенствованию и дальнейшему развитию событийного туризма.

Основными целями создания такого мероприятия будут служить:

- сбор и анализ информации по развитию туризма на территории;
- регулярное обновление информационных баз данных о проведении различных мероприятий и их мониторинг;
- оказание информационно-справочных, туристских и деловых услуг туристам;
  - создание буклетов, журналов и справочников о туристическом потенциале предстоящего мероприятия
- создание и регулярное обновление информационных баз данных о проведении различных мероприятий и их мониторинг предполагает:
  - подготовку некоммерческой рекламно-информационной печатной, видео и электронной продукции, для дальнейшего ее распространения на крупнейших международных туристических выставках и ярмарках, проводимых на территории Российской Федерации;
  - распространение информации сети Интернет и в различных популярных социальных сети как о привлекательном и приоритетном туристском направлении для посещения и проведения своего досуга и отдыха;

Таким образом мероприятие по продвижению событийного туризма станет актуально не только для организаторов и туристов, но и для туристских фирм, объектов питания и размещения гостей данного мероприятия.

При подготовке и проведении мероприятия необходимо использовать различные виды и формы обратной связи, для непосредственного установления контакта с потенциальными гостями данного мероприятия. Для этого необходимо использовать современные технологий:

- подача заявок на участие туристских организаций в мероприятии (выставочные комплексы, индустрия питания.
- будет осуществляться через специально созданный сайт в сети Интернет, где будет предоставлена вся необходимая информации о мероприятии;
- информация для потенциальных туристов и гостей мероприятия будет распространяться в прямом эфире через социальные сети, а также на странице сайта данного мероприятия.

Стратегические документы развития туризма, целевые программы развития туризма; содействие программ по реконструкции туристской инфраструктуры и строительству новых объектов в соответствии со всеми стандартами; помогут разработать единую стратегию эффективного продвижения турпродукта, сформированного на базе событийного туризма и использовать ее в качестве привлечения большого количества потенциальных туристов. Можно рассмотреть наличие сильных и слабых сторон исходя из анализа актуальности событийных мероприятий (Таблица 6).

Таблица 6 – Сильные и слабые стороны событийных мероприятий

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие достаточных или уникальных культурно–исторических ресурсов	Низкий уровень информированности туристов о Приморском крае, как туристской дестинации
Активное социально экономическое развитие	Недостаток и низкое качество туристской инфраструктуры и сервиса
Наличие хороших конкурентоспособных навыков	
Возможности развития событийного туризма	

Исходя из проведенного анализа, также можно определить два основных направления развития событийного туризма:

- увеличение большого ассортимента событийных мероприятий;
- формирование информационной среды событийного туризма с целью популяризации мероприятий и событий на региональном, международном и российском туристских рынках.



Реализация данного комплекса мероприятий будет способствовать дальнейшему развитию событийного туризма в регионе, и как следствие, принесет ещё больший дополнительный доход [19].

## 2.4 Разработка событийного мероприятия «Special Dance!»

В городе Владивостоке проводится достаточно много различных событийных мероприятий разного плана, но одним из ярких дополнений будет создано мероприятие, в рамках «ФЛЕШ-МОБ» под названием «Special Dance!» направлен для общества не имея ограничение по возрастной категории. Это могут быть дети, подростки, взрослые и пожилые люди. Программа будет делиться на общие и групповые занятия или тренировки для вовлечения людей в суть всего происходящего. Все будет предусмотрено для удобства каждого, кто будет присутствовать на мероприятии. Местоположение подобрано по нескольким критериям:

- удобство добраться;
- бюджет;
- хорошие условия для проведения танцевального мероприятия.

Площадка, подходящая по всем параметрам, является СК «ВОСХОД», которая находится в черте города Владивосток, в районе второй речки. Адрес ул. Русская 74а. Данная площадка «Спортивного комплекса ВОСХОД». была выбрана в связи с удобным расположением:

- 1) автобусных остановок «Спортивный комплекс ВОСХОД»;
- 2) средняя цена такси с любой точки города (130-150 рублей);
- 3) автобусы ходят, такие как (60, 82, 98д, 98ц).

Рисунок маршрута в приложении (Приложение Г).

Чтобы организовать такое мероприятие понадобится 2 дня на застройку помещения и 1 день для проведения мероприятия. В организацию будет входить:

- а) уборка помещения;
- б) перемещение расположения стульев с трибун;
- в) установка столов для отделки фуд корта, а также для аппаратуры;
- г) размещение различной рекламы, плакатов и баннеров;
- д) подготовка персонала и ведущих – репетиции.

Аренда почасовая. С подробной калькуляцией можно ознакомиться в таблице (Таблица 7).

Таблица 7 – Калькуляция денежных средств на аренду зала

Дни прохождения:	Сумм в час	Кол-во часов	Итого
------------------	------------	--------------	-------

Организация	8 000 р.	12 (10:00-22:00)	96 000 р.
Репетиция	8 000 р.	10 (10:00-20:00)	80 000 р.
Мероприятие	8 000 р.	12 (11:00-23:00)	96 000 р.
			272 000 р.

В самом помещении установлен паркет – что очень удобно для танцоров и танцевальных мероприятий. Вокруг зала установлены сплошные балконы, что позволит родителям, которые приведут детей, а так же для гостей, которые захотят побыть зрителями понаблюдать за всем происходящим на балконах, хорошая акустика – для более широкого и громкого звучания музыки. Рядом расположены раздевалки (не считая гардероба на 1 этаже), раздевалки делятся на мужские и женские, в каждой есть комфортный туалет и душ.

В рамках фестиваля будет организована площадка фуд корта, она будет находиться сверху от танцпола и не будет мешать танцевать снизу зала.

Для данного мероприятия необходима серьезная организация, для этого нужен персонал:

- организатор;
- ведущий;
- диджей;
- партнеры различных сетей для устройства фуд корта;
- уборщица;
- фотограф.

Для организации мероприятия необходимо воспользоваться услугами ведущего. Его основная роль будет в проведении всего мероприятия, где будет рассказано, что будет происходить во время мероприятия, будет работать с гостями, приглашать на мастер классы.

Для музыкальных услуг необходимо обеспечить присутствие диджея. Как правило у него будет с собой своя аппаратура, нужно будет только дать направление типажа музыки.

Чтобы организовать точки питания, а именно в нашем случае фуд корт с самыми популярными предприятиями питания – будут заключены договоры на обоюдное согласие бартера. Примерный план подбора партнеров по итогам опроса общества можно увидеть на рисунке (Рисунок 8).

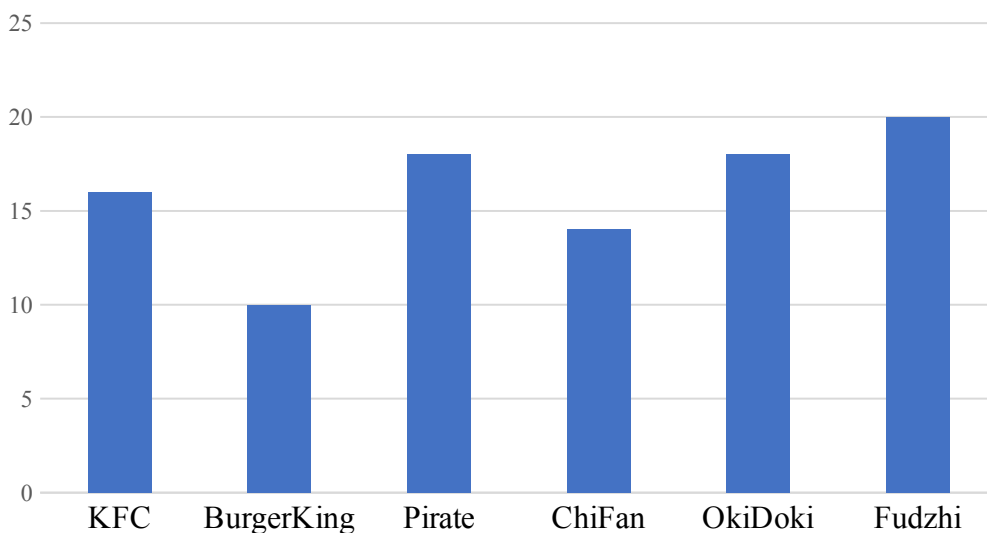


Рисунок 8 – Итоги опроса выбора партнеров фуд корта

Партнером по снабжению воды послужит «Славда». Заказ у них производится коробками. Подробное значение можно посмотреть в таблице (Таблица 8)

Таблица 8 – Калькуляция снабжения мероприятия воды

Кол-во коробок	Кол-во бутылок	Сумма
1	12	331 р.
25	300	8 275 р.

В начале мероприятия с каждым участником будет проведена беседа по технике безопасности, а также на протяжении всего мероприятия будет дежурить скорая помощь.

В зале должно быть чисто это залог безопасности в том числе, поэтому в персонал будет входить и уборщица. Уборка мусорных баков, мытье полов, уборка сан. узлов и душевых кабин. Мероприятие продлится целый день, будет много людей, соответственно каждый час нужна будет уборка. Ставка в час 180 рублей – 2 160 рублей оплата уборщицы за 12 часов работы.

Для организации фото и видео съемки в течении всего мероприятия необходимы услуги фотографа. Будет отдельно выделенная фотозона для персональных и групповых фото, а также во время мастер классов фотограф будет запечатлеть гостей. Оплата у фотографа почасовая 1 час – 2500 р. Необходимое нахождение фотографа на мероприятии 6 часов – 15 000 р.

Подробнее о внутренних аспектах мероприятия. У каждого человека свой вкус и цвет, поэтому гостям будет даваться право выбора. После основной программы, каждый может выбрать разное направление стиля танцах и пойти на мастер класс. Ограничений нет, все время нахождения можно сходить на все классы и занятия, которые будут происходить на мероприятии.

Так как запланированное мероприятие будет максимально широкого спектра, будут приезжать иногородние гости. В таком случае будет предлагаться размещение в хостеле «Кордиал», который находится на улице Енисейская 21а. Это район вторая речка. Хостел находится в 20-ти минутах от помещения, в котором будет проходить мероприятие.

В рамках мероприятия необходим перевоз на автобусе, для иногородних гостей, а также беседа по передвижению и маршрутизация до мероприятия будет представлена для гостей, с ней можно ознакомиться в приложении (Приложение В). Расчет калькуляции для встречи гостей можно увидеть в таблице (Таблица 9).

Таблица 9 – Калькуляция расчета для встречи и размещения иногородних гостей

	Сумма на 1 человека	Итог
Автобус	400 р	~ 11 000 – 12 000 р
Хостел	800 р	~ 23 000 – 24 000 р

Гости будут учиться познавать мир танца – настроение, движение, ритм, так же будет проработка психологических аспектов – стеснение, эмоции, работа в группе. Гости не останутся брошены, будет широкое взаимодействие с каждым. Более подробно изучить программу мероприятия можно в таблице (Таблица 10)

Таблица 10 – План программы мероприятия

Время	Программа
11:00 – 12:00	Встреча гостей. Мини экскурсия и примерное ориентирование по залу.
12:00 – 14:00	Основная программа с ведущим. Знакомство с гостями, поднятие танцевального настроения, музыкальные конкурсы, объяснение прохождения мероприятия, выдача карточек с названиями мастер классов.
14:00 – 14:45	Свободное время. Время на перекус, поднятие сил, ознакомление с карточками, время на выбор первого мастер класса.
14:45 – 20:00	Время прохождения мастер классов и занятий.
20:00 – 21:00	Сбор гостей. Устраиваются батлы между нескольких команд. Гости делятся на 4 команды, команды распределяются по стилям танца. Включается музыка и с периодичностью во времени команды показывают мини композиции, чему они научились.
21:00 – 22:00	Награждение всех гостей, как почетных участников мероприятия и выдача дипломов о прохождении мастер классов.
22:00 – 23:00	Вечеринка для всех присутствующих. Приглашение фотографа для атмосферных фотографий на память.

В течении дня участники смогут побывать в танцевальной атмосфере, наблюдая за другими танцорами, в рамках мероприятия будут впечатлены атмосферой и программой,

научаться чему-то новому, познают в устной и танцевальной форме различные танцевальные направления и их историю.

Мастер классы – они очень схожи с обычной тренировкой по танцам, но на танцевальных мероприятиях со стороны тренера это преподносится по – другому. Как правило не важно новичок ты или уже занимался танцами – подход ко всем один. Разучиваются базовые движения иного стиля танца, а на оставшееся время учится «связка» мини танец.

На мероприятии «Special Dance!» будет 4 мастер класса:

- Современная хореография;
- Хип – Хоп;
- Русские Народные танцы;
- Бачата.

Современная хореография – это прогрессивное танцевальное искусство, в основе которого лежит широкое пространство для творчества, индивидуализация танцора и его эмоций через язык тела, симбиоз различных направлений. Новое искусство зародилось на рубеже XIX-XX веков как оппозиция классическому балету с его традициями, жесткими канонами и правилами.

Хип-хоп танец, который относится к уличным танцевальным стилям, в основном сопровождается хип-хоп музыкой и той, которая развивалась как часть хип-хоп культуры. Он включает в себя широкий диапазон стилей, таких как брейк-данс, локинг, поппинг, которые были созданы в 1970 году и стали популярными в США благодаря танцевальным командам.

Русский народный танец, это русское народное танцевальное искусство, представленное в виде народного самодеятельного или постановочного сценического танца. Для мужской пляски характерны удаль, широта души, юмор; женский танец отличается плавностью, величавостью, лёгким кокетством. Русские танцы являются неотъемлемой частью русской национальной культуры.

Бачата. Направление латиноамериканские социальные танцы. Истоки Доминиканская Республика. Место и время возникновения Доминиканская Республика 1960-е. Поджанры Доминиканская бачата, колумбийская бачата Родственные меренге Производные бачатанго См. также бачатео. Бачата — танец родом из Доминиканской Республики, получивший также широкое распространение в латиноамериканских странах Карибского бассейна.

Представители каждого направления будут местные профессионалы из различных танцевальных студий таких как:

- Микс денс;
- Грув денс;
- Тодес;
- Априори.

Эти студии считаются одними из лучших во Владивостоке. Преподаватели будут приглашены по бартеру, у каждого будет свой рекламный угол с листовками, вывеской студии танца, ну и конечно же тренер будет одет в эксклюзивную футболку с принтом названия студии танца. Таким образом они могут завлекать гостей к себе в персональные группы.

Микс денс предоставит мастер класс по современной хореографии. Грув денс будет делиться опытом с танцевальным направлением бачата. Тодес выдвинет мастер класс по хип-хопу, априори покажет русские народные танцы.

Подобного рода мероприятия проводятся не так часто, как хотелось бы, но в любом случае они необходимы – просто, потому что наш Приморский край организованно в широком формате развивается, строятся различные танцевальные школы, студии, выстраивают уличные паркетные площадки для проведения занятий и различных мероприятий.

Такие или подобные мероприятия развивают в обществе не только интерес к танцам, но и интерес к общению с людьми, бесстрашие к чему-либо новому.

Развивая сферу танцев, будет большое привлечение туристов из разных городов и стран, они будут часто посещать подобного рода мероприятия, для них это будет изюминкой Приморского края. Особенно в теплые времена, на свежем воздухе.

## Заключение

Событийный туризм-направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Событийный туризм-это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной по силе, так и продолжительности воздействия. Основными направлениями туристской политики в России являются: защита прав, путешествующих защита интересов производителей отечественного туристского продукта всемерная поддержка внутреннего и въездного туризма, который проявляется в форме: прямых инвестиций в формирование туристской инфраструктуры, научного и рекламно-информационного обеспечения.

Рассмотрели танец, как ресурс - танцевальные фестивали – это художественная и социально-значимая деятельность, направленная на достижение целей. На сегодняшний день проводится большое количество танцевальных фестивалей по различным стилям танцев по всему миру. Разнообразие стилей, массовость мероприятий, обмен танцевальным опытом, проведение мастер-классов от топовых отечественных и зарубежных танцоров. Фестивали способны привлечь и привлекают к себе большое количество людей. Танцевальные фестивали посещают огромное количество людей, по крайней мере, в Европе, Америке и Азии, в России. Таким образом, можно смело заявить, что танцевальные мероприятия имеют высокий потенциал, как ресурс событийного туризма и туристским деятелям следует обратить свое внимание на данный вид фестивального туризма и включать посещение танцевальных мероприятий в состав турпакетов.

В мире событийный туризм начал развиваться сравнительно недавно, но очень быстро стал для некоторых стран визитной карточкой. Все возможные события имеют большой потенциал в развитии многих отраслей. Начиная от экономической точки зрения заканчивая до духовного развития таким образом можно определить популяризацию событий мирового масштаба среди туристов по количеству людей, которые принимают участие. Масштабные международные мероприятия, события могут предоставить отличные возможности для продвижения территории и повышения ее туристской привлекательности.

Танцевальные фестивали на территории России имеют довольно небольшую историю, но все же современные тенденции развития отвечают западным традициям, которые продвинулись в этом направлении куда дальше, но лишь некоторые из фестивалей проводятся регулярно

Из анализа событийных мероприятий мы выяснили, что реализация осуществляется в рамках событийного маркетинга и делится на несколько подвидов.

В ходе разработанного опросника ясно, что в наше время обществу интересен энергичный, здоровый, проведенный в жаркое время года отдых и путешествия. Исследование показало положительный исход о событийном туризме.

Исходя из проведенного анализа можно выявить, что реализации мероприятий будут способствовать дальнейшему развитию событийного туризма в регионе, и как следствие, принесет ещё больший дополнительный доход. А также будут расширять масштабы туристических путешествий, развивать все возможные подвиды событийного туризма и расширять аудиторию заинтересованного общества.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Бабкин, А.В. Туризм. Специальные виды туризма: учеб. пособие / А.В. Бабкин. — Ростов н/Д: Феникс, 2011. — 252 с
- 2) Буйленко В. Ф. Туризм: учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. С. 72–80.
- 3) Бирюков, Е.С. Развитие туризма в мире и его влияние на экономику / Е.С. Бирюков. — М.: Экономика, 2013. — 168 с.
- 4) Моргунов, Б.П. Туризм / Б.П. Моргунов. — М.: Просвещение, 2010.-120 с
- 5) Багрова Л.А, Подгорецкий П.Д. Физико—географические (природоведческие) основы рекреационной географии. Симферополь,1982.
- 6) Факторы, воздействующие на туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourfaq.net/travel-business/kakie-factory-vliayut-na-razvitie-turizma/> (дата обращения: 01.02.2013)
- 7) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462) (дата обращения 16.10.2022)
- 8) Стрелец, В.Г. Туризм и здоровье / В.Г. Стрелец, Н.Н. Алфимов, В.В. Белоусов — Л.: Знание, 1982. — 232с.
- 9) Квартальнов В.А. Туризм: учебник для образовательных учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов – Москва: Финансы и статистика, 2019. – 315с.
- 10) Добрецов А. Экспорт услуг и международный туризм. 2014
- 11) Туристическая привлекательность Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://assoc.khv.gov.ru/regions/economic-activities/> (дата обращения 24.10.2022).
- 12) Танцевальный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ballrooms.su/publ/5-1-0-383> (дата обращения: 17.10.2022)
- 13) Свободная энциклопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
- 14) Мирзеханова З. Г. География мировых туристических центров и потоков, 2016 - 407 с.
- 15) Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. – М.: Эксмо, 2015.
- 16) Гонтарева И.В., Нижегородцев Р.М., Новиков Д.А. Управление проектами. – М.: Либроком, 2017.
- 17) Шумович А.М., Берлов А.С. Рецепты организации мероприятий. – М.: Альпина

Публишер, 2016.

18) Нестеров А.К. Специальные мероприятия и события [Электронный ресурс] // Энциклопедия Нестеровых - <https://odiplom.ru/lab/specialnye-meropriyatiya-i-sobytiya.html>

19) Актуальность событийного туризма [Электронный ресурс] <https://nauchkor.ru/pubs/sobytiynyy-turizm-kak-faktor-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona-5c1a81d47966e104f6f85b5a>, 2018

## Приложение А

## Развитие интереса туристов к различным мероприятиям

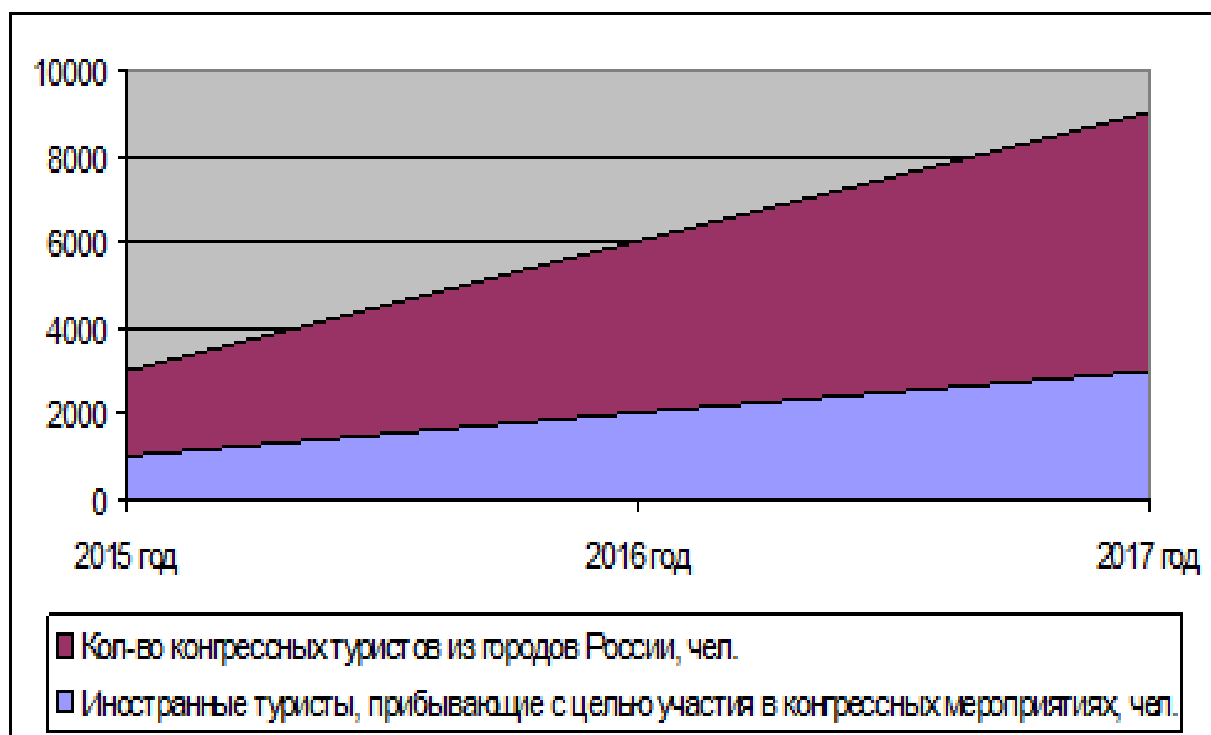


Рисунок А 1 – Развитие интереса туристов к различным мероприятиям

## Приложение Б

### Специальные мероприятия в событийном туризме



Рисунок Б 1 – Специальные мероприятия в событийном туризме

## Приложение В

## Маршрутизация от хостела до места проведения мероприятия

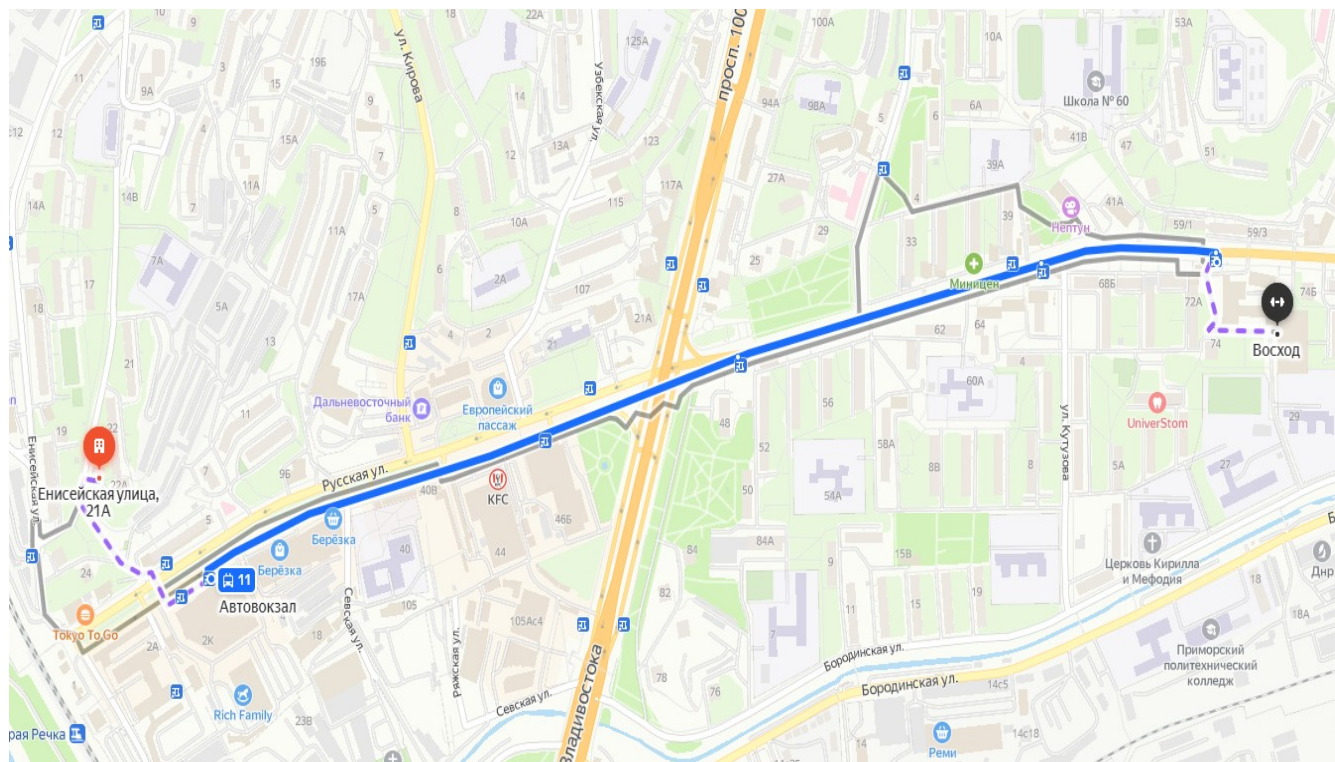


Рисунок В 1 – Маршрутизация от хостела до места проведения мероприятия

## Приложение Г

## Спортивные мероприятия и их значение в событийном туризме

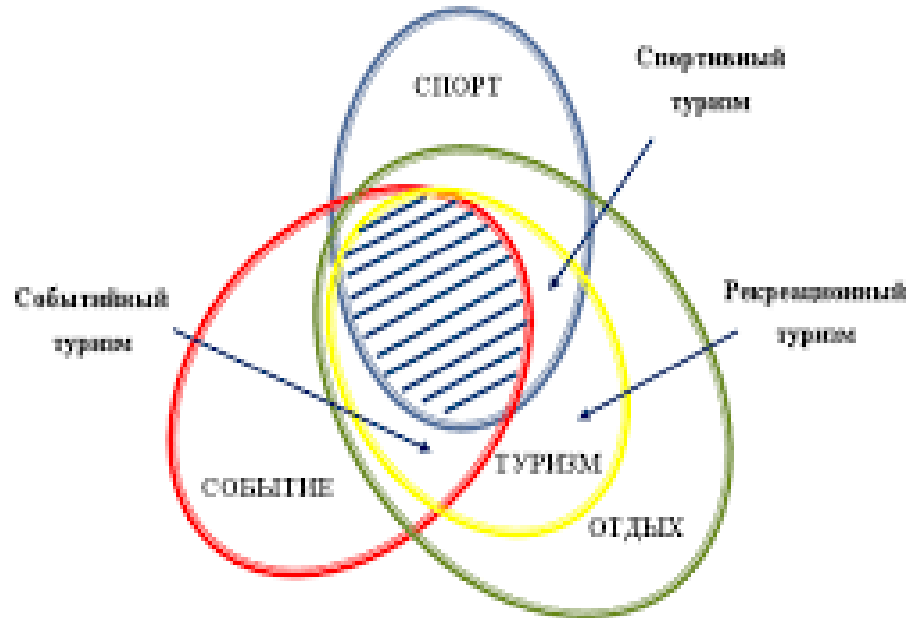


Рисунок Г 1 – Спортивные мероприятия и их значение в событийном туризме