

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

На правах рукописи

СОБОЛЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНОГО
ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(рекреация и туризм)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор Карпова Галина Алексеевна

Санкт-Петербург

2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ РФ.....	11
1.1. Культурно-событийный туризм: истоки, понятие и отличительные характеристики.....	11
1.2. Классификация видов культурно-событийного туризма по направленности культурного мероприятия и по источнику происхождения туристского продукта.....	20
1.3. Анализ мирового опыта развития культурно-событийного туризма.....	31
1.4. Современное состояние и перспективы развития культурно–событийного туризма в регионах РФ.....	40
Выводы по первой главе.....	60
ГЛАВА 2. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРНО– СОБЫТИЙНЫМ ТУРИЗМОМ В РФ.....	63
2.1. Структурная модель культурно-событийного туризма как туристской системы.....	63
2.2. Совершенствование нормативной базы стратегии развития туристской индустрии РФ на период до 2035 года.....	72
2.3. Направления отечественного изобразительного искусства перспективные для развития культурно-событийного туризма в РФ.....	86
Выводы по второй главе.....	95
ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РФ (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ).....	96
3.1. Анализ мероприятий культурно-событийного туризма в Тульской области в контексте мирового опыта.....	96
3.2. Методические рекомендации по развитию культурно–событийного туризма на региональном уровне.....	129
3.3. Рекомендации по повышению эффективности государственной поддержки культурно-событийного туризма на законодательном уровне субъектов РФ.....	146
Выводы по третьей главе.....	154
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ.....	155
БИБЛИОГРАФИЯ.....	159

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В XXI веке наблюдается новое явление в сфере событийного туризма – на международной арене увеличилось количество редких и во многом неповторимых акций в области культуры, привлекающих значительно большее количество посетителей и тем самым обеспечивающих более высокую прибыль, чем обычные мероприятия культурно–познавательной направленности.

В качестве примеров можно сослаться на уникальные выставки «Шедевры французских импрессионистов» (763512 посетителей, 2015, Токио), «Жалость и террор. Путь Пикассо к "Гернике"» (681127 посетителей, 2016, Мадрид), «Эдгар Дега. Странная красота» (608 102 посетителей, 2017, Нью–Йорк), которые представляют собой уникальное мероприятие в области культуры, относящееся к событийному, а не к культурно-познавательному туризму. Подобные исключительные события в области культуры происходят и в России – выставку «Иван Айвазовский. К 200–летию со дня рождения» в Москве в 2017 году посетило 598 832 зрителя, ретроспективную выставку И.Е. Репина в 2019 году посетило 601 299 человек.

Устойчивое развитие событийного туризма в сфере культуры, как и событийного туризма в целом, способствует решению целого комплекса проблем: увеличиваются поступления в бюджеты всех уровней, привлекаются инвестиции в регионы Российской Федерации (в дальнейшем РФ); создаются новые рабочие места как в туристской индустрии, так и в смежных секторах экономики; увеличиваются личные доходы граждан, занятых в обслуживании туристов; обеспечивается доступность жителей РФ к культурным ценностям в сфере искусства; проводятся реставрационные работы, сохраняется и улучшается техническое состояние объектов культурного наследия; используется культурный потенциал России для формирования положительного образа страны за рубежом.

Однако, в России событийный туризм в сфере культуры стал формироваться позже, чем в передовых странах, и анализ его современного состояния свидетельствует о том, что в нашей стране потенциал этой разновидности событийного туризма пока недостаточно понят и осознан на всех уровнях управления. Увеличение количества культурных мероприятий событийной направленности в современных условиях России затруднено из-за ряда причин, к которым относятся: отсутствие методических рекомендаций по организации и управлению культурно-событийным туризмом в регионах РФ; дефицит, а часто - полное отсутствие в регионах, специалистов по проведению событийных мероприятий культурной направленности; не достаточно эффективная государственная поддержка культурно-событийного туризма на уровне федерального и регионального законодательства.

В связи с этим, перед всеми участниками индустрии культурных мероприятий событийной направленности возникает проблема создания эффективной системы управления культурно-событийным туризмом в России, и дальнейшего повышения уровня экономического и социального развития, соответствующего статусу нашей страны, как ведущей мировой державы XXI века.

Диссертация представляет собой по существу одну из первых попыток системного исследования культурно-событийного туризма и формирования в России эффективной системы комплексного управления этой разновидностью событийного туризма на региональном уровне. Решение данной проблемы способствует развитию перспективных форм и методов эффективного управления событийным туризмом в культурной сфере как в отдельных российских регионах, так и в целом по стране. В связи с этим, тема данной диссертации является, однозначно, актуальной и имеет как теоретическую, так и значимую практическую ценность.

Степень разработанности проблемы. Научные позиции автора по исследуемой теме формировались на основе изучения и анализа теоретических и методологических разработок отечественных и зарубежных ученых,

посвященных экономическим исследованиям в сфере туризма (О.В.Александровой, О.В.Алексеевой, А.В.Бабкина, Д.Гетца, С.Ю.Гришина, А.В.Дроздова, М.А.Жуковой, Н.А.Зайцевой, М.В.Ефремовой, Г.А.Карповой, А.В.Коновалова, А.В.Кормишевой, Ф.Котлера, Т.А.Кравчука, Е.А.Лакомова, Д.Магретта, М.Портера, Г.М.Романовой, М.Д.Сущинской, Л.В.Хоревой, Е.Е.Шарафановой, А.Д.Чудновского).

Анализ литературы показал, что вопросам эффективного управления событийным туризмом в сфере культуры посвящено относительно небольшое количество исследований, которые, к сожалению, носят фрагментарный, разрозненный характер и пока далеки от создания комплексных, научно обоснованных рекомендаций, обеспечивающих поступательное развитие культурно–событийного туризма в РФ в современных и перспективных условиях. Практически отсутствуют работы, посвященные управлению культурно–событийным туризмом в регионах РФ.

Цель и задачи исследования. Целью диссертации является разработка теоретических, методологических и методических подходов к формированию и развитию культурно–событийного туризма в регионах Российской Федерации.

В соответствии с поставленной целью определены следующие задачи, которые необходимо решить в рамках диссертационного исследования:

- обосновать целесообразность разделения культурно–познавательного туризма и туризма, связанного с событийными акциями в сфере культуры;
- уточнить понятийный аппарат культурно–событийного туризма и разработать классификации его видов;
- определить основные элементы структурной модели культурно–событийного туризма, как туристской системы;
- дать оценку современному состоянию культурно–событийного туризма в РФ в контексте мирового опыта;
- определить перспективные направления отечественного изобразительного искусства для расширения культурно-событийного туризма в РФ;

– разработать рекомендации по повышению эффективности развития культурно-событийного туризма в РФ на основе совершенствования законодательства на федеральном и региональном уровнях;

– разработать комплекс методических рекомендаций по управлению развитием культурно–событийного туризма в российских регионах, в том числе на примере Тульской области.

Объектом исследования являются предприятия и организации сферы рекреации и туризма всех организационно–правовых форм и форм собственности, федеральные, региональные и муниципальные органы управления, которые участвуют в процессе развития и управления культурно–событийным туризмом в РФ.

Предметом исследования являются социально–экономические и организационно–управленческие отношения в сфере культурно-событийного туризма, а также процессы взаимодействия экономических субъектов мезо– и микроэкономического уровня и их функции по совершенствованию управления и развития этого вида событийного туризма в регионах РФ.

Теоретической основой исследования являются научные положения, содержащиеся в фундаментальных трудах отечественных и зарубежных ученых в сфере экономической теории управления, оценки и управления деятельностью организаций, функционирующих в сфере туризма и культуры. В ходе проведения исследования использовались монографии, статьи в научной периодике, аналитические отчеты, статистические данные, данные официальных сайтов министерств, иные официальные данные, размещенные в сети интернет, материалы научно-практических конференций по проблемам, рассмотренным в диссертации.

Методологическую основу исследования составляют такие общенаучные методы, как системный подход к анализу проблем управления, комплексный экономический анализ, логическое моделирование, метод сравнительного анализа. Автор в своем исследовании опирался на научные достижения отечественных и зарубежных исследователей в области управления

в сфере туризма, региональной экономики, маркетинга и менеджмента в данной отрасли экономики, на стратегии развития туризма, на законодательные акты и нормативно–правовые документы федерального и регионального уровней, на материалы и рекомендации научных конференций, симпозиумов и семинаров.

Информационная база представлена законодательными и нормативными правовыми актами РФ и субъектов РФ, статистическими данными международных организаций и Федеральной службы государственной статистики, личными опросами, наблюдениями и выводами автора, полученными в ходе исследования.

Обоснованность и достоверность результатов исследования. Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается использованием нормативно-правовой базы РФ; статистических данных, характеризующих культурные мероприятия событийной направленности как в России, так и за рубежом.

Обоснованность результатов диссертационного исследования подтверждается аналитическими и информационными материалами исследований по вопросам развития событийного туризма в регионах России, нормативно–правовыми актами как федерального, так и регионального уровня.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Профиль диссертации соответствует: пунктам 15.2. «Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местном уровнях», 15.4. «Государственное регулирование и поддержка деятельности предприятий, организаций и комплексов в сфере рекреации и туризма» паспорта специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм)».

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании целесообразности разделения культурно-познавательного туризма и туризма, связанного с масштабными и уникальными событиями в сфере культуры, и состоит в разработке и развитии теоретических основ и

методических инструментов управления культурно–событийным туризмом в регионах РФ.

Наиболее существенные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем, состоят в следующем:

- Предложен и введен в научный оборот термин «культурно-событийный туризм», как результат деления культурно–познавательного туризма и туризма, связанного с событийными акциями в сфере культуры, исходя из принципиально разных подходов к управлению этими двумя только формально близкими разновидностями туристской деятельности.

- Разработана: классификация культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия, позволяющая на научной основе охватить большинство возможных проявлений событийного туризма связанного с культурой, а также классификация видов культурно–событийного туризма по источнику происхождения, в соответствии с которой предлагается различать собственный и привлечённый туристский продукт культурно–событийного назначения, что позволяет более точно оценивать перспективы развития в регионах РФ событийного туризма в области культуры.

- Обоснована структурная модель культурно–событийного туризма как туристской системы, предполагающая сотрудничество специалистов в области туризма, культуры и событийных мероприятий, а также представителей государства, участвующих в управлении туризмом и культурой на федеральном уровне, уровне субъектов РФ и местного самоуправления.

- Предложен комплекс методических рекомендаций для развития культурно-событийного туризма в российских регионах: на примере Тульской области предложена модель взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности, разработан алгоритм, позволяющий унифицировать создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионах РФ, обоснован алгоритм создания регионального центра по проведению мероприятий культурно-событийной направленности.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в формировании комплекса знаний, методов и функций управления процессом развития событийного туризма в области культуры на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Практическая значимость диссертационной работы связана с тем, что результаты научного исследования были доведены до конкретных рекомендаций и определяется возможностью применения предложенных моделей и методик для системного развития культурно–событийного туризма в регионах России. Полученные в диссертации результаты и рекомендации могут быть использованы как представителями региональных и муниципальных органов власти, так и работниками сферы туризма и культуры в процессе принятия управленческих решений.

Апробация работы и внедрение результатов исследования. Основные научные положения, методические рекомендации и практические результаты диссертации докладывались и обсуждались на восьми научно–практических конференциях, в том числе на XI международной научно–практической конференции «Туризм и рекреация: инновации и гис–технологии» (Астрахань, 2019), на XXI–XXII международной научно–практической конференции «Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента» (Новосибирск, 2019), на международной научно–практической конференции «Становление и развитие нового гуманитарного и экономического знания» (Белгород, 2019), на VIII международной научно–практической конференции студентов и аспирантов «Проблемы и пути социально–экономического развития: город, регион, страна, мир» (Санкт–Петербург, 2019), на IX международной научно–практической конференции «Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма» (Екатеринбург, 2019), на XXIX международной научно–практической конференции «Научный форум: экономика и менеджмент» (Москва, 2019), на XII международной научно–практической конференции «Туризм и рекреация: инновации и гис–технологии» (Астрахань, 2020), на III Международной научно–практической

конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса. Государственное и муниципальное управление туристско-рекреационным комплексом: российский и зарубежный опыт» (Ростов–на–Дону, 2020), а также на научных семинарах ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Отдельные положения диссертационного исследования и разработанные рекомендации получили одобрение и были приняты к использованию в практической деятельности ряда организаций, занимающихся культурно–событийным туризмом. Некоторые результаты теоретических исследований используются при подготовке лекций и семинарских занятий в учебном процессе в Пражской высшей школе торговли и предпринимательства (Прага, Чехия).

Публикации. Результаты диссертационного исследования отражены в 17 работах, написанных автором лично, общим объемом 6,3 п.л. (лично автору принадлежит 6,3 п. л.). Из них 7 работ, общим объемом 3,3 п.л. опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (лично автору принадлежит 3,3 п. л.).

Структура и содержание диссертации определены поставленной целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка. В работе 158 страниц основного текста, 2 таблицы и 55 рисунков. Библиографический список включает 205 наименований.

ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ РФ

1.1. Культурно-событийный туризм: истоки, понятие и отличительные характеристики

В настоящее время в мировой и отечественной туристской индустрии наблюдаются существенные изменения и проявляются новые тенденции, требующие теоретического и методологического осмысления. Так за последние десятилетия событийный туризм перестал казаться экзотическим явлением в сфере туристской деятельности, но при этом продолжает оставаться одним из наиболее молодых и перспективных разновидностей специализированного туризма – это подтверждают оценки, как отечественных специалистов Бизимова И.Н., Анисимов Т.Ю, [8]; Биржаков М.Б., Воронцова И.В., Метелев Н.И, [9]; Булганина С.В., Лопаткина Н.С., [11]; Власова Т.И., Алейников А.В., [12, 13]; Воронин А.Н., Крылова И.В., Громова Г.А.,[14]; Губина Е.М. [20]; Дмитриев Д.В. [22]; Долженко Г. П., Шмыткова А. В. [23]; Казарина А.С., Лебедева Т.Е. [27]; Киреева Ю.А. [32]; Купченко А. [40]; Лакомов Е.А. [42,43, 44, 45]; Никитина С.С., Зинченко М.В. [51]; Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А. [58]; Чудновский А.Д., Жукова М.А., Кормишова А.В. [67]; так и международных, Гетц Д., Пейдж С. [16,17]; Томас О., Гермес Б., Луз П. [91].

С другой стороны, в последние годы наблюдаются принципиально новые явления в сфере культурно-познавательного туризма – на международной арене регулярно проходят уникальные мероприятия в области культуры, которые, благодаря использованию нетипичных подходов к их организации, привлекают необычайно большое количество посетителей, обеспечивают повышенную прибыль, и тем самым приковывают к себе пристальное внимание как практиков, так и теоретиков туризма. В качестве примера можно сослаться на выставку нидерландского художника Питера Брейгеля Старшего в Венском музее истории искусств, которая открылась осенью 2018 года и закрылась в

январе 2019 года. Это уникальное мероприятие в области культуры, которое посетило более 400 000 зрителей и, необходимо подчеркнуть, проводилось в музее, что традиционно для культурно–познавательного туризма вышло за рамки этой разновидности туристской деятельности [156]. Кстати, по словам директора музея С. Хааг, особенным успехом выставка пользовалась у туристов из России [156].

В качестве другого примера, можно сослаться на выставки художника Пабло Пикассо в Центре искусств королевы Софии в Мадриде, приуроченную к 80–летию создания художником культовой антивоенной картины «Герника» и Альфонса Мухи в Национальном художественном центре Токио, прошедшие в 2016 году. Эти уникальные мероприятия в области культуры, которые ближе к событийному, а не к культурно–познавательному туризму, посетило 681 127 и 657 350 зрителей соответственно [160].

Подобные исключительные события в области культуры происходят и в России – директор Государственной Третьяковской галереи З.И. Трегулова заявила о том, что персональная выставка В.А. Серова в конце 2015 года поставила рекорд посещаемости выставок русского искусства: «На настоящий момент выставку посетили около 440 тыс. человек. Это абсолютно рекордная цифра в истории Третьяковской галереи и выставок русского искусства за последние 50 лет» [104]. Однако, уже через два года выставку «Иван Айвазовский. К 200-летию со дня рождения» в Государственной Третьяковской галерее за 101 день работы посетило 598 832 зрителей [180].

В 2019 году в мире проведено еще несколько подобных уникальных мероприятий в области изобразительного искусства, связанных с именами Леонардо да Винчи (Лувр, Париж), Рембрандта (Рейксмузеум, Амстердам), Тинторетто (Национальная художественная галерея, Вашингтон), Микеланджело (Королевская академия художеств, Лондон) [102]. Подобные явления своей значимостью и количеством подтверждают сложившуюся тенденцию по увеличению роли культурных мероприятий событийного характера. Пресса оперативно откликнулась на изменения характера

мероприятий в области культуры и предложила новый термин для подобных уникальных и масштабных событий – «выставки–блокбастеры» [102].

Необходимо подчеркнуть, что повышенное количество посетителей таких особенных выставок стало результатом использования новых принципов подхода к их организации. Устроители изначально относились к подобным акциям как к событийным мероприятиям, что существенно отличается от принципов проведения обычных музейных выставок, относящихся к мероприятиям культурно–познавательного туризма. С другой стороны, подобные выставки сложно причислить только к событийному туризму. Очевидно, что при их организации был использован специфический опыт проведения именно культурных мероприятий.

Новые тенденции в туристской индустрии наблюдаются не только в области изобразительного искусства. Не так давно внимание мировой общественности привлекли уникальные мероприятия в области музыкального искусства, которые также заслуживают упоминания событийного характера их проведения. Имеется в виду редчайшее совместное выступление популярного трио классических оперных теноров, состоявшего из испанских певцов Пласидо Доминго и Хосе Каррераса и итальянского певца Лучано Паваротти, которые под названием «Три тенора» давали концерты в 1990–2003 годах.

Другим примером успешного проведения культурных мероприятий событийной направленности может быть такой ежегодный фестиваль ландшафтной скульптуры, как «Burning Man» («Горящий человек»), который проводят в конце лета в пустыне Блэк Рок в штате Неваде (США), а так же фестивали–последователи «Burning Man» не только на территории других штатов США, но и во многих странах мира.

Очевидно, что организация и управление всеми перечисленными мероприятиями должна учитывать одновременно их культурную сущность и событийный характер. Таким образом, можно утверждать, что в мировой и отечественной туристской индустрии существует область деятельности, находящаяся на пересечении культурно–познавательного и событийного

туризма и до сих пор не нашедшая свое место в классификациях туристской деятельности (рис. 1).



Рис. 1. Возникновение культурно–событийного туризма на пересечении культурно–познавательного и событийного туризма

Действительно, обзор научной литературы подтвердил сказанное – в отечественных и в зарубежных классификациях оказано недостаточное внимание уникальным мероприятиям в области культуры, количество которых постоянно увеличивается, при этом в классификациях отсутствует культурный туризм событийной направленности в качестве отдельного, самостоятельного вида событийного туризма.

Так, профессор канадского университета Калгари Д. Гетц при классификации событийного туризма отдельным пунктом объединил события в искусстве и развлекательные события [80, с. 37]. К мероприятиям этой разновидности событийного туризма Д. Гетц отнес только концерты, церемонии награждения, выставки, ярмарки [80, с. 37].

А.Н. Глушко и А.М. Сазыкин выделили следующие мероприятия событийного туризма: международные выставки, ярмарки, совещания, конференции, конгрессы, спортивные мероприятия, конкурсы, фестивали [18, с. 54]. Культурно-событийный туризм в качестве отдельного, самостоятельного вида событийного туризма в данной классификации отсутствует. Некоторые мероприятия культурно–событийного туризма отнесены авторами к другим видам событийного туризма. Так, А.Н. Глушко и А.М. Сазыкин включили

национальные праздники и конкурсы песен, которые имеют непосредственное отношение к культуре, в рамки фестивального туризма [18, с. 54, 56].

А.В. Бабкин выделил в событийном туризме следующие тематические мероприятия: национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события [5, с. 63–64]. В данной классификации важные и значимые мероприятия культурно–событийного туризма логически не сгруппированы вместе, а разбросаны по отдельности – культурно–событийный туризм в качестве отдельного, самостоятельного вида событийного туризма отсутствует.

Е.А. Лакомов в своем диссертационном исследовании разработал следующую классификация видов событийного туризма по функциональной направленности – конгрессный, фестиваль, спортивный, международный выставочный и ярмарочный, развлекательный, познавательный виды [42, с. 5]. Особенность предложенной классификации состоит в том, что автор не выделил культурно–событийный туризм в качестве отдельного, самостоятельного вида событийного туризма и исключил из сферы событийного туризма многие культурные мероприятия. Например, при детализации международного выставочного событийного туризма не нашлось места как выставкам в области изобразительного искусства и фотографии, так и исключительными событиями в области балета и цирка [42, с. 5]. Часть культурных событий, по мнению автора Е.А. Лаконова, соответствуют познавательному туризму как разновидности событийного туризма: «Познавательный туризм ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с культурными ценностями: археологическими и культурно–историческими памятниками, архитектурными ансамблями, этнографией» [42, с. 13]. Необходимо обратить внимание на то, что в такой формулировке ознакомление с ценностями культуры относится к неспециализированному культурно–познавательному туризму, а не к событийному – отсутствует акцент

на исключительности и уникальности перечисленных культурных мероприятий [67, с. 342].

А.С. Кузнецова, А.В. Еремеев связывают событийный туризм с познавательными, развлекательными, спортивными мероприятиями, а С.В. Булганина, Н.С. Лопаткина считают, что «наиболее значимыми мероприятиями событийного туризма являются крупные события в спортивном мире, модные показы, выставки и фестивали, музыкальные концерты» – в обеих классификациях культурно–событийный туризм в качестве самостоятельного вида событийного туризма отсутствует [38, 11].

Я.С. Нарута и Т.А. Гарина использовали классификацию видов событийного туризма по функциональной направленности предложенную Е.А. Лакомовым и дополнительно выделили в событийном туризме следующие тематические мероприятия: «национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны» [50]. В данной классификации культурно–событийный туризм в качестве отдельного вида событийного туризма отсутствует, а важные и значимые мероприятия культурно–событийного туризма логически не сгруппированы вместе, а разбросаны по отдельности.

Выявленные недостатки существующих классификаций можно объяснить тем, что мероприятия в области культуры достаточно долго не были связаны с событийным туризмом, а относились к культурно–познавательному туризму. Однако, на отечественной и международной культурной сцене произошли и происходят новые события, разрушающие подобные представления. Как показывает проведенный выше анализ, в последние годы проявилось стремление участников туристского бизнеса к организации таких мероприятий в области культуры, которые носят исключительный, уникальный характер и могут быть отнесены к событийному туризму.

На основании вышесказанного, предлагается в классификациях событийного туризма отдельным пунктом выделять культурно–событийный туризм. В этом случае уточненная классификация видов событийного туризма будет учитывать новые тенденции международного туристского бизнеса, и с этого момента начнется отсчет времени официального существования новой разновидности событийного туризма, связанного с культурой. Однако, для этого необходимо доказать необходимость разделения культурно–познавательного туризма и туризма, связанного с уникальными событиями в сфере культуры, и это возможно сделать, исходя из принципиально разных подходов к управлению этими двумя только формально близкими разновидностями туристской деятельности.

В начале необходимо уточнить проблему, связанную с терминологией. Для обозначения событийного туризма в области культуры в данной работе предлагается использовать более краткий термин «культурно–событийный туризм». В научной литературе, посвященной туризму, в настоящее время такой термин не встречается. Однако, успешное введение А.В. Коноваловым и Т.Ю. Колпащиковой в научный оборот формально близкого термина «спортивно–событийный туризм» для обозначения событийного туризма в области спорта и дальнейшее его успешное использование, позволяет обосновать целесообразность и правомерность применения такого нового термина, как «культурно-событийный туризм» [33–35, 54, 68]

Итак, основоположник изучения событийного туризма Д. Гетц объяснил возникновение событийного туризма при помощи схемы изображенной на рис. 2, которую возможно трактовать следующим способом. До возникновения событийного туризма происходило накапливание знаний и опыта, как в туристской сфере, так и в области проведения разнообразных событийных мероприятий. Однако, если туристский продукт, для какого-то исключительно редкого события формировался, продвигался и реализовывался специалистами только в области туризма, которые не владели опытом проведения событийных мероприятий, без акцента на исключительность культурной акции, без

использования опыта проведения уникальных мероприятий, то это приводило к неиспользованию потенциальных достоинств события, и как следствие, посещаемость и прибыль были меньше, чем ожидалось. Необходимо обратить внимание на то, что в результате такого подхода проходили мероприятия, которые классифицировали как явления культурно–познавательного, а не культурно-событийного туризма.

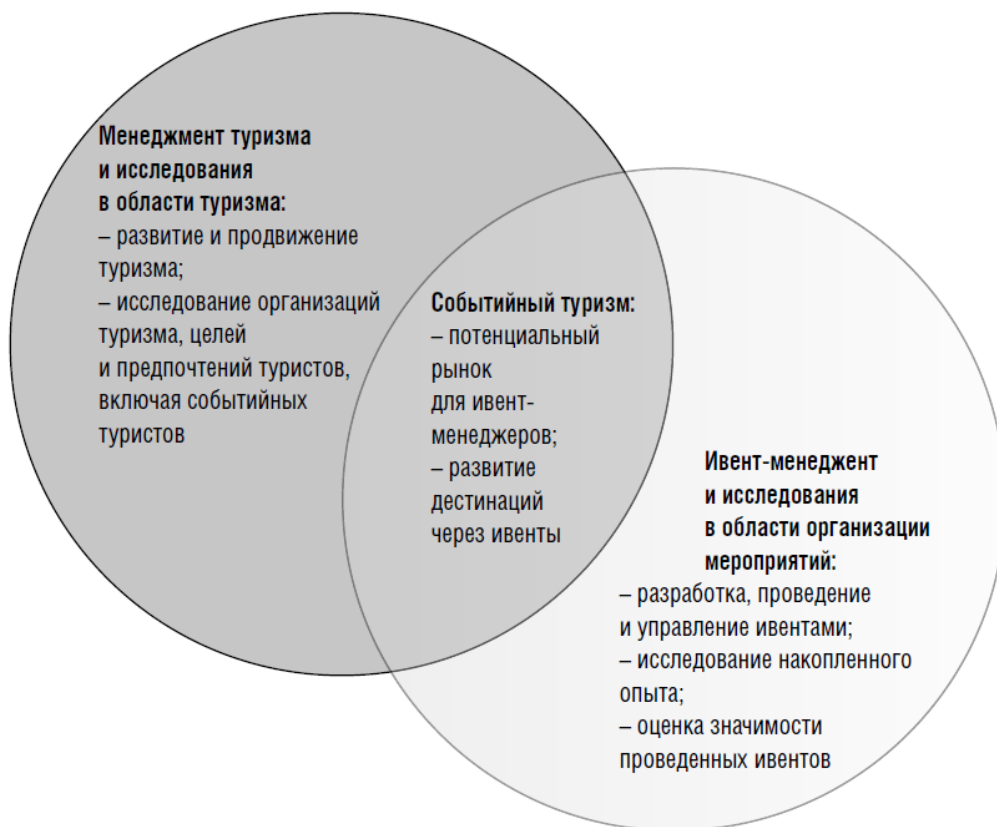


Рис. 2. Возникновение событийного туризма на стыке туризма и накопленного опыта проведения мероприятий событийной направленности [79]

В случае формирования, продвижения и реализации туристского продукта специалистами только по событийным мероприятиям, без привлечения специалистов в области туризма, то есть без должного акцента на особенностях туристской деятельности, без использования опыта проведения туристских мероприятий, результат получался так же неудовлетворительный – туристов было меньше, чем могло было быть. Негативный результат в данном случае

объясняется тем, что подобные мероприятия являются неудобными с точки зрения посетителей, то есть туристов.

Таким образом, использование по отдельности накопленного опыта управления туристской деятельностью и событийными мероприятиями не приводит к наилучшим результатам. Именно по этой причине можно говорить об объективной необходимости возникновения событийного туризма, который позволяет одновременно использовать накопившиеся знания и опыт как в туристской сфере, так и в области проведения событийных мероприятий для привлечения максимально возможного количества туристов.

Особенностью функционирования культурно–событийного туризма является более сложная ситуация, связанная с увеличением элементов туристской системы. В организации мероприятий этой разновидности специализированного туризма в области культуры принимают участие не только специалисты по событийным акциям и туризму, но и специалисты по проведению культурных мероприятий, что и нашло отражение в схеме изображенной на рис. 3.



Рис. 3. Менеджмент культурно–событийного туризма

Действительно, при проведении выставок, фестивалей и других культурных мероприятий в сфере культуры уже аккумулированы значительные знания и опыт, без использования которых невозможно добиться высокой эффективности мероприятий в этой области. Подтверждением сложившейся ситуации является проведенные научные исследования. В отечественной и зарубежной литературе подробно освещены теоретические и практические проблемы в области менеджмента музейной и фестивальной деятельности [Левочкина Н. А., Лорд Б., Лорд Г.Д., Бабков В.А.]. В отечественных высших учебных заведениях существует не только такой отдельный предмет, как «Менеджмент музейной деятельности», но и учебная программа «Менеджмент музейной деятельности» для подготовки бакалавров, что подтверждает востребованность специалистов по проведению культурных мероприятий.

Подводя итоги проведенного исследования, можно констатировать, что доказана целесообразность и необходимость разделения культурно-познавательного туризма и культурно-событийного туризма, исходя из принципиально разных подходов к управлению развитием этих двух только формально близких разновидностей туристской деятельности.

1.2. Классификация видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия и по источнику происхождения туристского продукта

В качестве следующего шага, необходимого для понимания содержания и отличительных характеристик культурно–событийного туризма, исключительно важно предложить научно–обоснованную классификацию видов событийного туризма в области культуры. Такая необходимость возникла в связи с тем, что анализ научной литературы показал противоречивость и неопределенность состава и местоположения мероприятий в области культуры в существующих классификациях событийного туризма. Так А.Н. Глушко и А.М. Сазыкин выделили следующие мероприятия

событийного туризма: международные выставки, ярмарки, совещания, конференции, конгрессы, спортивные мероприятия, конкурсы, фестивали [18, с. 54]. По мнению авторов, событийный туризм в области культуры связан не только с международными выставками, направленными на «распространение мировой культуры», а также с национальными праздниками и конкурсами песен в рамках фестивального туризма [18, с. 54, 56]. В обсуждаемой классификации не нашлось места для уникальных мероприятий культурно–событийного туризма связанных с изобразительным искусством, с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, театром и кино [18, с. 54–58].

А.В. Бабкин выделил в событийном туризме следующие тематические мероприятия: национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события [5, с. 63–64]. Предложенная классификация не отличается системностью и всесторонним охватом. Действительно, важные и значимые мероприятия культурно–событийного туризма логически не сгруппированы вместе, а разбросаны по отдельности, отсутствуют мероприятия связанные с редкими, выдающимися выставкам изобразительных видов искусств, с исключительными событиями в области балета и цирка.

В своем диссертационном исследовании Е.А. Лакомов разработал следующую классификацию видов событийного туризма по функциональной направленности – конгрессный, фестивальный, спортивный, международный выставочный и ярмарочный, развлекательный, познавательный [42, с. 5]. Особенность предложенной классификации состоит в том, что автор исключил из сферы событийного туризма многие культурные мероприятия. Например, при расшифровке международного выставочного событийного туризма не нашлось места выставкам в области изобразительного искусства [42, с. 5]. Часть культурных событий, по мнению Е.А. Лакомова, соответствуют познавательному туризму, как виду событийного туризма: «Познавательный туризм ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с

культурными ценностями: археологическими и культурно–историческими памятниками, архитектурными ансамблями, этнографией» [42, с. 13]. Однако, в такой формулировке ознакомление с культурными ценностями относится к культурно–познавательному, а не к событийному туризму – отсутствует акцент на исключительности перечисленных мероприятий.

Я.С. Нарута и Т.А.Гарина использовали классификацию видов событийного туризма по функциональной направленности предложенную Е.А. Лаковым и дополнительно выделили в событийном туризме следующие тематические мероприятия: «национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны», которые отличаются от классификации А.В. Бабкина наличием только последнего пункта [5, 50]. Можно предположить, что авторы – Я.С. Нарута и Т.А. Гарина, посчитали достаточным добавление одного дополнительного тематического мероприятия событийного туризма, а именно «международные технические салоны», достаточным для возникновения новой классификации и по этой причине не сделали ссылку на авторство А.В. Бабкина [5, с. 63–64].

Обобщая результаты обзора литературы, можно утверждать, что в существующих классификациях видов событийного туризма мероприятия, относящиеся к области культуры, не отличаются полнотой охвата, не скреплены логикой и не отобраны на научной основе.

Необходимо обратить внимание на то, что туризм можно классифицировать по разным критериям: по географическому признаку, направлению туристского потока, цели поездки, способу передвижения, источникам финансирования, средствам размещения туристов, возрасту и числу участников путешествия, организационно–правовым формам и т. д. [67, с. 336]. Данная работа посвящена созданию научно–обоснованной классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия.

Начать исследование целесообразно с анализа возможных концептуальных подходов для классификации видов событийного туризма в области культуры. Например, Е.А. Лакомов считает, что событийный туризм «включает в себя ряд мероприятий культурного, спортивного, этнографического, выставочного (делового) видов туризма» [44, с. 63]. В данной формулировке и заключается концептуальный подход для классификации. Е.А. Лакомов считает возможным выбрать отдельные мероприятия из существующей классификации видов туризма по цели поездки, предложенной А.Д. Чудновским, М.А. Жуковой, А.В. Кормишовой, и таким образом, создать классификацию видов событийного туризма [67, с. 337]. Применительно к классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия концептуальный подход, который использовал Е.А. Лакомов заключается в следующем: имеется возможность использовать существующее деление культурного–познавательного туризма по направлениям и из каждого направления использовать отдельные мероприятия, соответствующие событийному туризму. Таким образом, основой классификации культурно–событийного туризма при использовании концептуального подхода, который использовал Е.А. Лакомов для упорядочивания событийного туризма, является типология культурного–познавательного туризма; и если при классификации видов культурного–познавательного туризма имеются определенные сложности, то они будут автоматически наследоваться классификацией видов культурно–событийного туризма.

Анализ научной литературы показал сложную систему подходов к классификации видов культурного–познавательного туризма. Формально к культурно–событийному туризму наиболее близок специализированный культурно–познавательный туризм, который «предлагает целенаправленное знакомство с отдельными проявлениями материальной и духовной культуры» [67, с. 343]. В данном случае «объектами, представляющими интерес для туриста, являются: природные достопримечательности (животный и растительный мир, природные ландшафты), материальные памятники древнего

искусства (культовые сооружения, скульптура, фрески), современный уклад жизни народов, современная архитектура и скульптура, градостроительное искусство, музеи и театры» [67, с. 343]. Предложенное разделение объектов культурно–познавательного туризма, которое могло бы быть потенциальной основой для классификации мероприятий в рамках культурно–событийного туризма, не отличается системностью и всесторонним охватом – отсутствует слишком большое количество мероприятий, связанных с киноискусством, музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком.

Существует возможность применения другого подхода для классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия, которая заключается в следующем: предлагается использовать существующее общепринятое деление искусства по видам, в качестве основы с последующим дополнением отдельными специфическими мероприятиями, которые также соответствуют культурно–событийному туризму. Добавление обосновано тем, что понятие культура является более широким, чем понятие искусство. Преимуществом такого нового подхода является проверенная временем, апробированная классификация видов искусств.

Таким образом, в данном исследовании в качестве основы для классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия предлагается использовать следующее деление искусств [31, с. 30, 31]:

- пространственные (пластические) искусства, то есть те искусства, которые можно охватить взглядом моментально: изобразительные искусства (живопись, графика скульптура), архитектура, декоративно–прикладное искусство, дизайн;
- временные искусства, то есть те искусства на общение с которыми зрителю надо потратить определенное количество времени: музыка, танец, цирк, литература;
- пространственно–временные искусства: театр, киноискусство.

Необходимо обратить внимание на то, что в соответствии с предлагаемым новым подходом, необходимо к выявленной основе добавить следующие культурные мероприятия, входящие в сферу событийного туризма, достаточно часто упоминаемые в существующих классификациях, например, национальные фестивали и праздники, которые связаны с культурными традициями и с особенностями культурного развития туристского региона. Подобное добавление не является недостатком предложенного подхода и выполненной на его основе классификации. Сложно представить, что могла бы существовать классификация, которая смогла бы охватить абсолютно все возможные мероприятия культурно-событийной направленности как в отдельно взятой стране, так и во всем мире. Однако с уверенностью можно утверждать, что подавляющее большинство разнообразных событийных акций в сфере культуры учтено в предлагаемой классификации.

После отсева некоторых мероприятий, не совсем подходящих для событийного туризма, и добавления уточняющих событий культурного порядка получаем, что к культурно-событийному туризму относятся следующие событийные акции, связанные:

- с живописью, графикой, декоративно-прикладным искусством, скульптурой и фотографией;
- с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, литературой;
- с театром и кино.

Подводя итоги проведенного исследования, можно констатировать, что предложенный подход для классификации видов культурно-событийного туризма по направленности культурного мероприятия является новым, так как впервые знания в области искусства были использованы в туристской сфере.

Действительно, в качестве основы новой классификации рекомендовано использовать существующее деление искусств по видам, с последующим дополнением отдельными культурными мероприятиями, которые соответствуют специфике событийных акций культурной направленности.

В результате применения нового подхода, предложена научно–обоснованная классификация видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия, использование которой позволит уточнить определение «культурно–событийного туризма», а также повысить точность и надежность оценки возможностей культурно–событийного туризма в конкретном туристском регионе.

Перед тем, как предложить собственное определение культурно–событийного туризма целесообразно учесть определение «событийного туризма», данное Е.А. Лакомовым: «Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большее количество туристов из разных стран» [42, с. 10], а также определение «спортивно-событийного» туризма, сформулированное А.В. Коноваловым: «Спортивно-событийный туризм – это посещение спортивных мероприятий проходящих в рамках спортивных соревнования, показательных выступлений и шоу программ в целях популяризации и развития спортивного движения на всех возрастных уровнях населения» [42, с. 19] .

В результате анализа существующих на сегодняшний день определений событийного туризма предлагается следующее: в данном диссертационном исследовании под культурно–событийным туризмом понимается разновидность событийного туризма, связанного с разнообразными мероприятиями культурной направленности, в рамках которого имеется возможность генерировать туристские потоки на необычные выставочные проекты в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также на редкие акции связанные с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой, путем использования накопленного опыта проведения событийных мероприятий.

Отдельно необходимо обратить внимание на то, что из сформулированного определения проясняются три основных критерия, в соответствии с которыми то или иное событие может быть отнесено к культурно-событийному туризму. Такое мероприятие должно иметь культурную направленность, носить событийный характер и обладать способностью генерировать туристский поток.

Следующий шаг, который необходимо сделать для дальнейшего понимания содержания и отличительных характеристик исследуемой разновидности специализированного туризма, связан со следующими соображениями. Для выявления целесообразности развития культурно-событийного туризма в определенном туристском регионе необходимо подготовить туристский продукт, то есть, предварительно сформировать комплексную туристскую услугу, от исходных свойств которой во многом будет зависеть эффективность продвижения и продажи туристского продукта, а главное – получаемая прибыль [67, с. 100]. По этой причине, требуется обосновать возможность классификации туристского продукта культурно-событийного назначения по источнику происхождения и определить влияние этой характеристики туристского продукта на целесообразность развития отдельных видов культурно-событийного туризма в регионе.

Проведенный ниже анализ мероприятий, относящихся к разным видам культурно-событийного туризма, на региональном, национальном и международном уровнях в соответствии с классификацией, предложенной Е.А. Лакомовым [42, 43, 45], показывает, что по источнику происхождения туристский продукт можно подразделить на собственный и на привлеченный туристский продукт.

Например, Ярославский художественный музей является основным хранителем наследия известного русского художника Михаила Ксенофоновича Соколова (1885–1947) и организатором более полутора десятков персональных выставок художника, которые можно отнести к мероприятиям культурно-познавательного туризма. Однако, проведенные

выставки не мешают задуматься над организацией в Ярославской области масштабной выставки М. К. Соколова, на которой было бы возможно экспонировать беспрецедентное количество произведений мастера за счет дополнительного привлечения работ художника, находящихся в отечественных художественных музеях и в частных коллекциях. Такое неординарное мероприятие могло бы быть приурочено к очередному юбилею художника и, при соответствующих маркетинговых действиях, могло стать явлением культурно–событийного туризма на региональном уровне, и основанием для этого является наличие собственного туристского продукта, сформированного из живописных и графических произведений художника, которые находятся на хранении в Ярославском художественном музее. В данном случае наличие собственного туристского продукта культурно–событийной направленности является стратегическим конкурентным преимуществом Ярославской области в сфере туризма.

В конце 2016 года – в начале 2017 года в Государственном музее изобразительных искусств имени А.С. Пушкина в Москве проходила масштабная ретроспективная выставка произведений выдающегося французского живописца Альбера Марке (1875–1947). Неординарность и значимость этого события позволяет отнести выставку не к мероприятиям культурно–познавательного туризма, а классифицировать ее как явление культурно–событийного туризма на национальном уровне.

Основу экспозиции составили картины художника из Музея современного искусства города Парижа, поэтому можно говорить о преимущественно привлеченном характере туристского продукта. Экспонирование на выставке небольшого количества произведений русских художников, испытавших влияние французского мастера, не позволяет классифицировать туристский продукт как полностью привлеченный.

В марте 2018 году во Дворце дождей в Венеции открылась феноменальная выставка выдающегося венецианского художника XVI века Тинторетто (1518—1594) под официальным названием «Тинторетто 1519–1594». Неповторимость

данного культурного события обеспечивалась тем, что на выставке экспонировалось беспрецедентное количество произведений мастера, привезенных буквально со всего мира. Однако, основу экспозиции составили картины принадлежащие венецианским музеям. Таким образом, характеризуя выставку Тинторетто в Венеции, как явление культурно–событийного туризма на международном уровне, возможно говорить о преимущественно собственном характере туристского продукта по источнику происхождения. Именно наличие в Венеции произведений Тинторетто является стратегическим преимуществом этого туристского региона. В данном случае уместно вспомнить мнение А.Д. Чудновского, М.А. Жуковой и А.В. Кормишовой, которое состоит в том, что при анализе туристского региона необходимо обращать внимание на «наличие достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов. Именно они создают конкуренцию между туристскими регионами» [67, с. 100].

Таким образом, туристский продукт событийной направленности в области изобразительного искусства достаточно редко бывает полностью собственным или полностью привлеченным по источнику происхождения. В подавляющем большинстве случаев для организации выдающихся, редчайших по своему значению выставок приходится привлекать не только произведения, находящиеся на хранении или в собственности организатора мероприятий, но и работы, принадлежащие собраниям других музеев и частным коллекциям. Однако, наличие у региона туристского продукта, сформированного преимущественно из произведений изобразительного искусства собственного происхождения придает конкурентоспособность данному туристскому региону как с точки зрения культурно–познавательного, так и с точки зрения культурно–событийного туризма.

Анализ мероприятий культурно–событийного туризма связанных с уникальными событиями в мире музыки, оперы, эстрады, балета, цирка, кино, с национальными фестивалями и праздниками показал, что туристский продукт и

в этих сферах также возможно классифицировать по источнику происхождения туристского продукта на собственный туристский продукт и на привлеченный.

Мероприятия культурно–событийного туризма, связанные с уникальными событиями в мире музыки, оперы, эстрады, балета, цирка, как правило, организуются на основе привлеченного туристского продукта. Такая особенность объясняется отсутствием обязательной привязанности артистов к конкретному туристскому региону – в любой момент музыкант, певец, артист балета или цирка может начать выступление в том регионе, который предоставит для него лучшие условия. В качестве примера можно рассмотреть ситуацию с ежегодным международным конкурсом молодых исполнителей популярной музыки «Новая волна». С 2002 по 2014 год этот проводился в латвийском курорте Юрмале. В силу определенных причин, начиная с 2015 года конкурс обрел новую прописку в Сочи и Юрмала потеряла туристский продукт культурно–событийного назначения, так как изначально он был привлеченным, а не собственным, и тем самым ослабила свой туристский потенциал.

Национальные фестивали и праздники, кинофестивали разного масштаба, как правило, являются основой собственного туристского продукта, практически неотделимы от туристского региона и повышают туристский потенциал данного региона. Многочисленные примеры связанные с международными, национальными и региональными кинофестивалями подтверждают сказанное. Каннский международный кинофестиваль повышает туристский потенциал популярных и известных курортов Лазурного Берега во Франции, международный кинофестиваль в Карловых Варах поддерживает за счет туристов экономику своего региона в Чехии, международный молодёжный фестиваль короткометражного кино и анимации «Новый Горизонт», который проводится в городе Воронеж с 2007 года, увеличивает туристский потенциал Воронежской области.

Аналогичная ситуация наблюдается при проведении фестивалей и праздников в сельской местности. Например, международный фольклорный

фестиваль «12 ключей» в Веневском районе Тульской области неотделим от места проведения, то есть от окрестностей города Венева, где находится источник родниковой воды, берущий свое начало из двенадцати ключей, и при оценке потенциала туристского региона, в данном случае Веневского района Тульской области, с точки зрения культурно–событийного туризма может рассматриваться в качестве собственного туристского продукта.

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что впервые разработана классификация видов культурно–событийного туризма по источнику происхождения. Предлагается различать собственный туристский продукт и привлечённый туристский продукт культурно–событийного назначения, причем туристский продукт может располагаться в диапазоне от полностью собственного до полностью привлечённого туристского продукта.

Анализ мероприятий, относящихся к различным видам культурно–событийного туризма показал, что наличие в туристском регионе собственного, а не привлечённого туристского продукта повышает туристский потенциал данного региона.

В результате применения нового критерия для классификации туристского продукта появилась возможность повысить надежность принимаемого решения о целесообразности или нецелесообразности развития культурно–событийного туризма в конкретном туристском регионе.

1.3. Анализ мирового опыта развития культурно-событийного туризма

Данный подраздел диссертационной работы посвящен изучению современного состояния культурно–событийного туризма в мире. Понимание общей ситуации, связанной с ролью и особенностями развитием этой новой разновидности специализированного туризма в мировой туристской индустрии, имеет теоретическое и практическое значение для отечественных специалистов в области туризма и способно помочь развитию культурно–событийного туризма в РФ.

Необходимо напомнить, что в последние годы в мире наблюдаются принципиально новые явления в сфере событийного туризма – на международной арене стали регулярно проходить редкие, уникальные мероприятия в области культуры, которые привлекают необычайно большое количество посетителей, гарантируют более высокую прибыль и тем самым повышают роль событийного туризма. В качестве примера можно сослаться на то, что в 2019 году в мире проведено несколько уникальных мероприятий в области изобразительного искусства, связанных с именами Леонардо да Винчи (Лувр, Париж) [103, 204], Рембрандта (Рейксмузеум, Амстердам) [153], Тинторетто (Национальная художественная галерея, Вашингтон) [99].

Ретроспективную экспозицию Леонардо да Винчи (1452–1519) посвященную 500-летию со дня смерти художника, которая проходила в Лувре с октября 2019 года по февраль 2020 года, посетило почти 1,1 миллиона зрителей и это мероприятие культурно–событийной направленности побило все предыдущие рекорды посещаемости самого известного музея столицы Франции [103, 204]. Наиболее популярной временной экспозицией в Лувре до этого была выставка французского живописца Э. Делакруа (1798–1863), которую в 2018 году осмотрело 540 000 зрителей [181, 203].

По опубликованной информации, полюбоваться на шедевры Леонардо Да Винчи приходило в день более десяти тысяч зрителей [103, 204]. В экспозиции было представлено более 160 работ, включая девяти живописных полотен и 80 рисунков, а также работы учеников Леонардо де Винчи. «Мона Лиза» не поменяла свое местоположение и оставалась висеть на своем привычном месте. Для ретроспективной выставке были проведены переговоры с ведущими мировыми музеями и достигнуты договоренности в результате которых со всего мира были собраны лучшие произведения живописца – Эрмитаж предоставил «Мадонну Бенуа», Национальная галерея Пармы из Италии «Голову женщины», а музей Ватикана «Святого Иеронима» [103, 204].

В феврале 2020 года в Музее изящных искусств Гента (Бельгия) открылась выставка «Ян ван Эйк. Оптическая революция», которая продлилась до мая

2020 года – и это одно из главных событий 2020 года в мире живописи. Впервые в истории под крышей одного музея экспонировано такое большое количество произведений ранне нидерландского художника XV века – выставлено почти половина из всех сохранившихся до настоящего времени холстов Ян ван Эйка (ок. 1385 или 1390 – 1441) [98, 205]. Уникальность подобной культурной акции позволяет его классифицировать как мероприятие культурно–событийной, а не культурно–познавательной направленности.

Анализ статистических данных показал, что Россия не отстает ведущих западных стран в стремлении проводить яркие и неповторимые мероприятия в области изобразительного искусства – в 2015 году выставку к 150-летию со дня рождения В.А. Серова в Москве посетило 440 тысяч человек, выставку «Иван Айвазовский. К 200–летию со дня рождения» в 2017 году посетило 598 832 зрителей, ретроспективную выставку И.Е. Репина в 2019 году посетило 601 299 человек [96, 104, 1157, 161, 180].

Общее представление о перспективах посещаемости мировых художественных выставок событийного характера в области моды дают опубликованные статистические данные [179]. Только на 46 месте по количеству посетителей в день находится выставка «Элегантность и роскошь ар деко. Институт костюма Киото, ювелирные дома Cartier и Van Cleef & Arpels» прошедшая в Музее Московского Кремля, которую в общей сложности посетило 355 000 зрителей.

Анализ мировой выставочной деятельности свидетельствует о том, что культурные акции связанные с декоративно–прикладным искусством в мире оличаются высокой посещаемостью [175].

Например, суммарное количество посетителей пяти самых посещаемых выставок декоративно–прикладного искусства в мире в 2016 году составило 1 873 380 человек (выставка «Manix x Machina. Мода в эпоху технологий» (Метрополитен музей, Нью-Йорк) – 752 995 посетителей, «Мода и свобода» (Манчестерская художественная галерея, Манчестер) – 346 629 посетителей, «Выбор Тома Брауна» (Национальный музей дизайна Купера

– Хьюитта, Нью-Йорк) – 313 434 посетителей, «Vogue 100» (Манчестерская художественная галерея, Манчестер) – 240 000 посетителей, «Ирис ван Херпен. Трансформация моды» (Художественный музей Хай, Атланта) – 220 322 посетителей [175].

Совсем немного недотянула до первой десятки выставка ювелирных изделий Ильгиза Фазулзянова в Музеях Московского Кремля [175].

В соответствии с классификацией культурных мероприятий по направленности, предложенной в подразделе 1.2 данного диссертационного исследования, были проанализированы уникальные и необычные выставочные проекты в области киноискусства, музыки и театра. В таб. 1 представлена информация о количестве кинофестивалей, театральных фестивалей и фестивалей джазовой музыки в различных странах мира по данным Евростата [188].

Из таб. 1 следует, что наибольшее количество кинофестивалей проходит на территории Соединенных Штатов Америки – 886 кинофестивалей; на втором месте находится Объединенное Королевство Великобритании – в этой стране проходит 245 культурных мероприятий событийного характера в области кинематографа; третье место занимает Италия, в которой ежегодно проходит около 131 кинофестиваля; четвертое - Канада с 122 кинофестивалями в год. В России проходит 18 подобных мероприятий, отвечающих требованиям Евростата (таб. 1).

Из данных Евростата следует, что наибольшее количество джазовых фестивалей также проходит на территории Соединенных Штатов Америки – 84 мероприятия; на втором месте опять находится Объединенное Королевство Великобритании – в этой стране проходит 30 культурных мероприятий событийного характера в области джазовой музыки; третье место занимает Франция, в которой ежегодно проходит около 29 джазовых фестивалей; на четвертом месте расположилась Канада с 23 джазовыми фестивалями в год. В России проходит 8 мероприятий, связанных с джазовой музыкой, отвечающих требованиям Евростата (таб. 1).

Анализ статистических данных показывает, что наибольшее количество театральных фестивалей проходит на территории Соединенных Штатов Америки – 63 фестиваля; на втором месте находится Объединенное Королевство Великобритании – в этой стране проходит 28 культурных мероприятий событийного характера связанных с театром; третье место занимает Канада, в которой ежегодно проходит около 17 фестивалей театрального искусства; четвертое делят Австрия, Бельгия и Чехия с 5 фестивалями в год. В России проходит 3 подобных мероприятий, отвечающих требованиям Евростата (таб. 1, рис. 4–6).

Таблица 1. Количество кинофестивалей, театральных фестивалей и фестивалей джазовой музыки в различных странах мира по данным Евростата

Страна	Кинофестивали	Джазовые фестивали	Театральные фестивали
Австралия	69	10	4
Австрия	10	3	5
Аргентина	9	6	–
Бельгия	9	6	5
Бразилия	14	10	–
Испания	39	11	2
Италия	131	17	2
Канада	122	23	17
Объединенное Королевство	245	30	28
Польша	24	13	3
Россия	18	8	3
Соединенные Штаты	886	84	63
Франция	56	29	2
Чехия	13	21	5

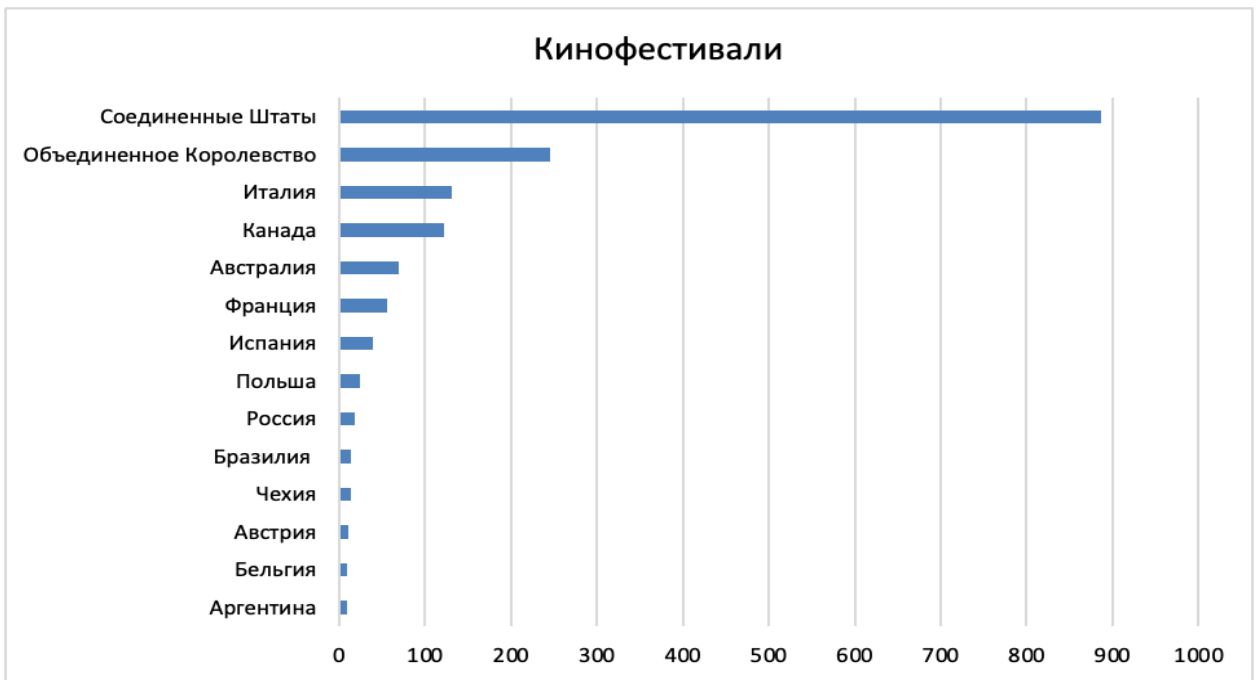


Рис. 4. Количество кинофестивалей в различных странах мира по данным Евростата

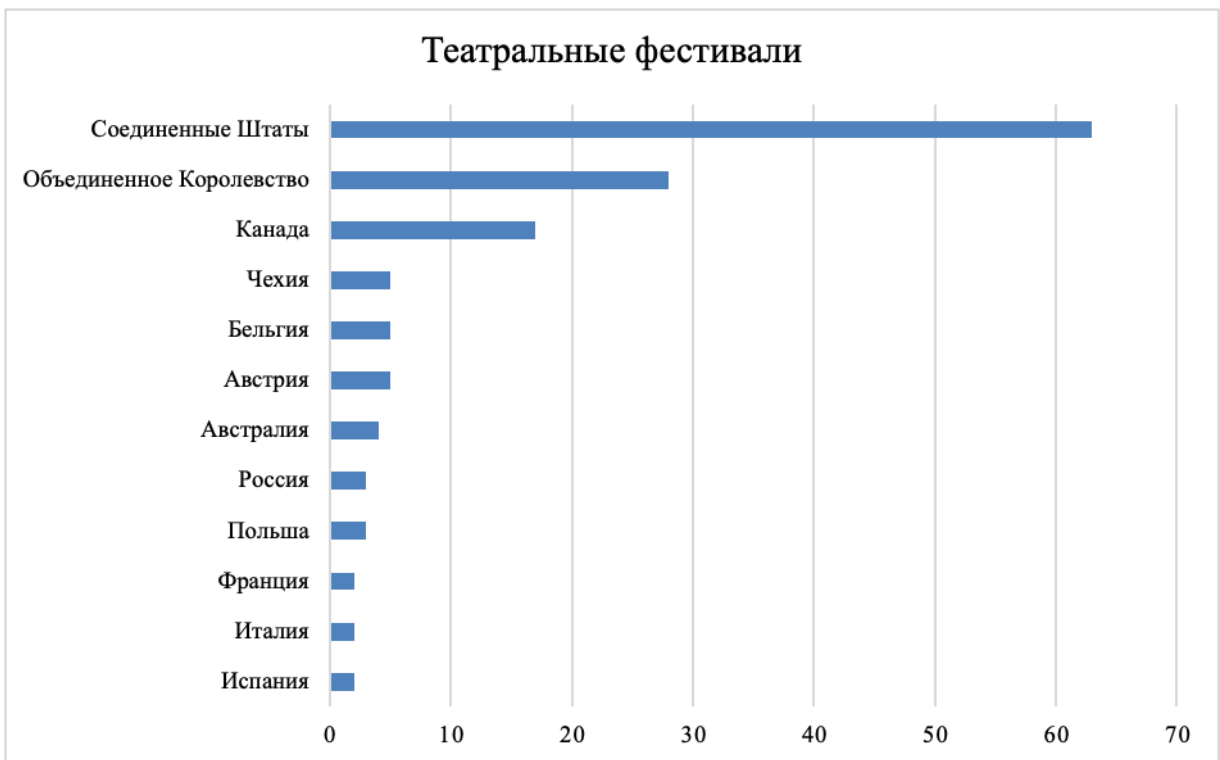


Рис. 5. Количество театральных фестивалей в различных странах мира по данным Евростата

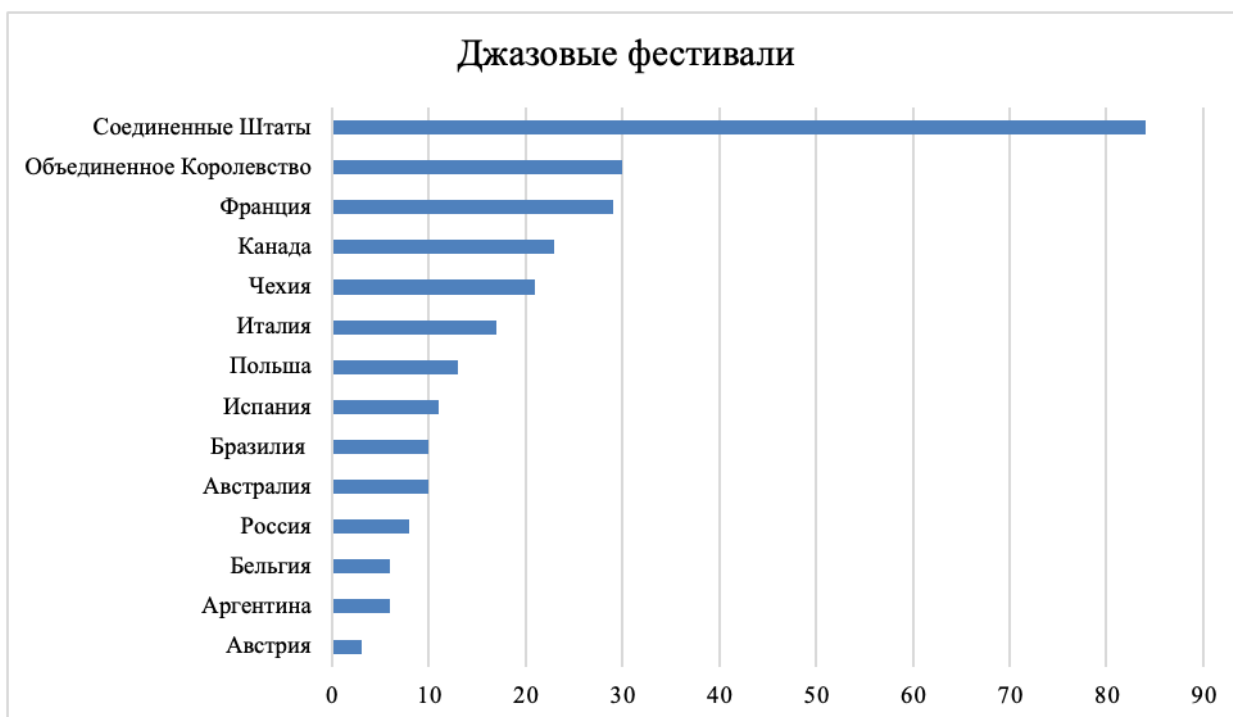


Рис. 6. Количество фестивалей джазовой музыки в различных странах мира по данным Евростата

Пересчет количества кинофестивалей, театральных фестивалей и фестивалей джазовой музыки на 1 000 000 жителей в различных странах мира по данным Евростата дает более объективную картину (таб. 2, рис. 7–9).

Из таб. 2 следует, что наибольшее количество кинофестивалей на 1 000 000 жителей проходит на территории Австралии – 9,1 кинофестиваля; на втором месте находится Объединенное Королевство Великобритании – в этой стране проходит 3,7 культурных мероприятий событийного характера в области кинематографа на миллион зрителей; третье место занимает Канада, в которой ежегодно проходит около 3,2 кинофестиваля; четвертое - Соединенные Штаты Америки с 2,7 кинофестивалями в год. В России проходит 0,12 подобных мероприятий на 1 000 000 жителей, отвечающих требованиям Евростата (таб. 2).

Из данных Евростат следует, что наибольшее количество джазовых фестивалей на 1 000 000 жителей также проходит на территории Австралии – 1,3 культурных мероприятия; на втором месте снова находится Канада – в этой стране проходит 0,6 культурных мероприятий событийного характера в области

джазовой музыки на 1 000 000 жителей; третье место делят Бельгия и Объединенное Королевство Великобритании, в которых ежегодно проходит около 0,5 джазовых фестивалей; на четвертом месте расположилась Франция с 0,4 джазовых фестивалей в год. В России проходит 0,05 подобных мероприятий связанных с джазовой музыкой на 1 000 000 жителей, отвечающих требованиям Евростата (таб.2).

Таблица 2 Количество кинофестивалей, театральных фестивалей и фестивалей джазовой музыки на 1 000 000 жителей в различных странах мира по данным Евростата

Страна	Кинофестивали	Джазовые фестивали	Театральные фестивали
Австралия	9,1	1,3	0,53
Австрия	1,1	0,3	0,6
Аргентина	0,2	0,1	–
Бельгия	0,8	0,5	0,4
Бразилия	0,07	0,05	–
Испания	0,8	0,2	0,04
Италия	2,2	0,3	0,03
Канада	3,2	0,6	0,5
Объединенное Королевство	3,7	0,5	0,4
Польша	0,6	0,3	0,07
Россия	0,12	0,05	0,02
Соединенные Штаты	2,7	0,3	0,2
Франция	0,9	0,4	0,03
Чехия	1,2	2	0,5

Анализ статистических данных показывает, что наибольшее количество театральных фестивалей на 1 000 000 жителей проходит на территории Австрии – 0,6 фестивалей; на втором месте находится Австралия – в этой стране проходит 0,53 культурных мероприятий событийного характера связанных с театром на миллион жителей; третье место делят Канада и Чехия, в которых ежегодно проходит около 0,5 фестивалей театрального искусства, четвертое делят Бельгия и Объединенное Королевство Великобритании с 0,4 фестивалей в год.

В России проходит 0,02 подобных мероприятий на 1 000 000 жителей, отвечающих требованиям Евростата (таб. 2).



Рис. 7. Количество кинофестивалей на 1 000 000 жителей в различных странах мира по данным Евростата



Рис. 8. Количество театральных фестивалей на 1 000 000 жителей в различных странах мира по данным Евростата

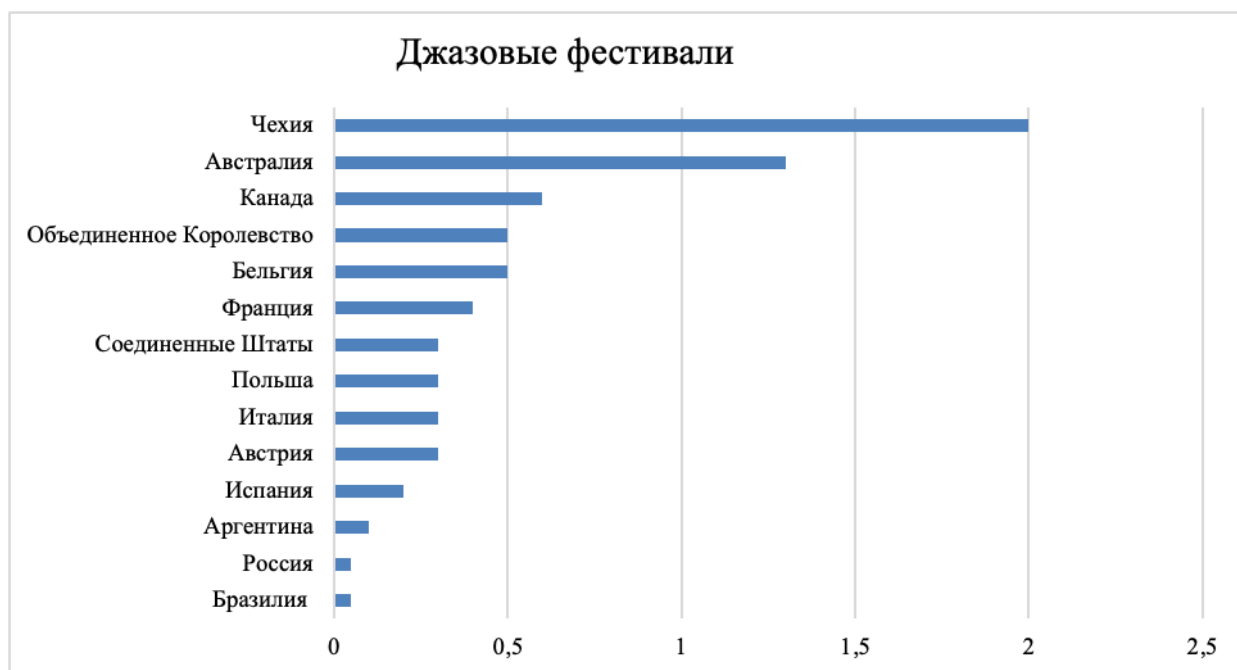


Рис. 9. Количество фестивалей джазовой музыки на 1 000 000 жителей в различных странах мира по данным Евростата

1.4. Современное состояние и перспективы развития культурно–событийного туризма в регионах РФ

Данный подраздел диссертационной работы посвящен изучению современного состояния культурно–событийного туризма в России. Существует объективная необходимость дать общую оценку ситуации с культурными мероприятиями событийной направленности в регионах РФ и определить перспективы ее развития.

В настоящее время РФ, согласно Конституции России, состоит из 85 равноправных субъектов – республик, краев, областей, городов федерального значения, автономных округов и автономных областей. Для понимания современного состояния культурно–событийного туризма и перспектив его развития были отобраны десять российских регионов (Алтайский край, Астраханская, Белгородская, Калининградская, Калужская, Кировская, Костромская, Иркутская, Псковская и Тульская области), исходя из географического принципа, в зону исследования попали регионы, равномерно расположенные на территории страны, начиная от ее западной части,

центральной и до восточной части включительно. Анализ такой выборки позволяет обоснованно экстраполировать полученные результаты на все регионы РФ.

Исследование каждого региона РФ проводили в соответствии со следующей методикой – из годовых региональных событийных и фестивальных календарей, из отчетов об итогах работы региональных комитетов по развитию туризма, из планов основных мероприятий региональных министерств культуры и туризма за последние годы выбирали мероприятия, которые в соответствии с классификацией, предложенной в разделе 1.2 данной диссертационной работы, можно отнести к мероприятиям культурно–событийного туризма, и анализировали особенности проведения этих культурных событий в том числе в контексте общего количества событийных мероприятий, в сравнении с акциями спортивно–событийного и гастрономического туризма.

Анализ событийных календарей Алтайского края за пять лет, начиная с 2016 года по 2020 включительно, позволил не только выделить наиболее интересные события культурной направленности, но и установить определенные закономерности состояния культурно–событийного туризма в данном субъекте РФ (рис. 10–14)

Анализ событийных акций разной направленности в Алтайском крае в 2016 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 55 мероприятий событийного характера, из которых 18 относились к культурно–событийному, 12 к спортивно–событийному и 7 к гастрономическому туризму (рис. 10) [162].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2016 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составили 33% от всех событийных мероприятий, проведенных в Алтайском крае в 2016 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,5 раза и в 2,6 раз превышают количество акций гастрономического туризма (рис. 10).

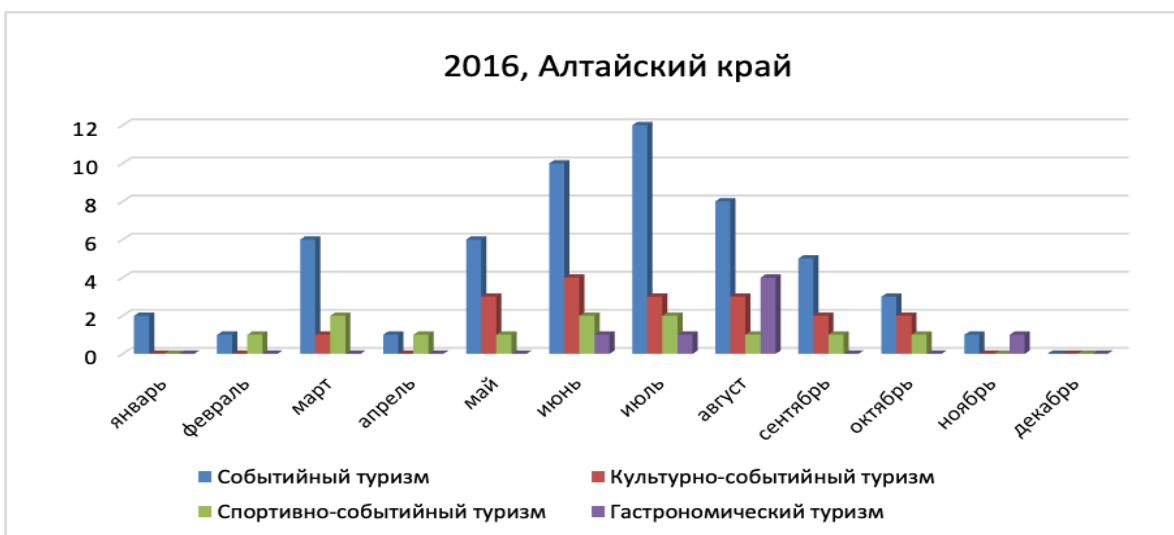


Рис. 10. Количество мероприятий событийного туризма в Алтайском крае в 2016 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

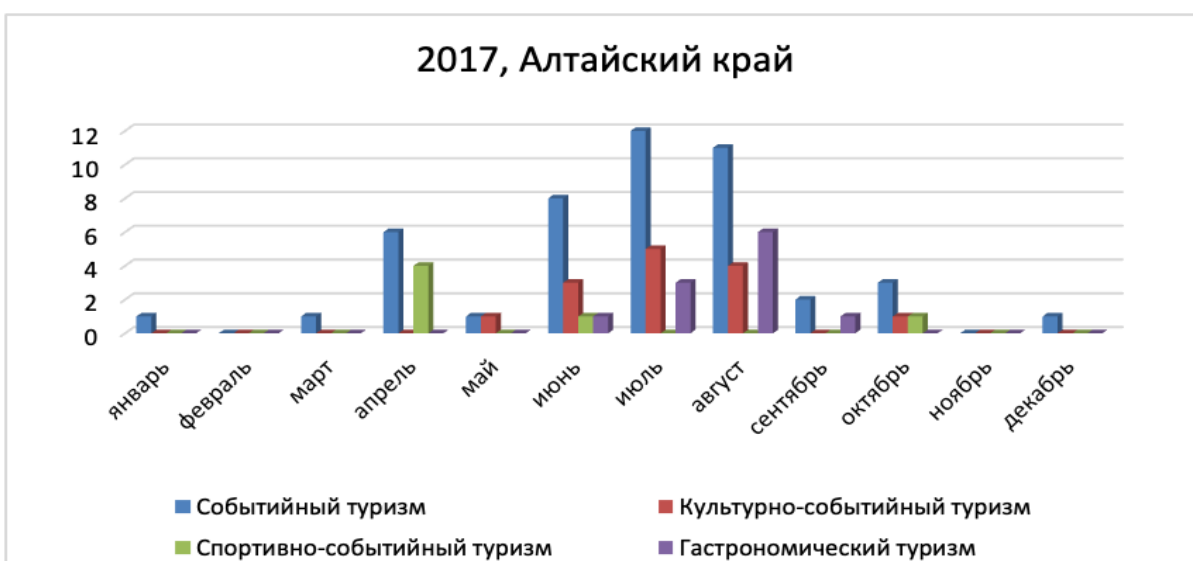


Рис. 11. Количество мероприятий событийного туризма в Алтайском крае в 2017 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ событийных акций разной направленности в Алтайском крае в 2017 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 45 мероприятий событийного характера, из которых 14 относятся к культурно–событийному, 6 - к спортивно–событийному и 11 - к гастрономическому туризму (рис. 11) [162].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2017 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 31% от всех событийных мероприятий, проведенных в Алтайском крае в 2017 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 2,3 раза и в 1,3 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 11).

Анализ событийных акций разной направленности в Алтайском крае в 2018 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 50 мероприятий событийного характера, из которых 16 относились к культурно–событийному, 12 - к спортивно–событийному и 7 - к гастрономическому туризму (рис. 12) [162].

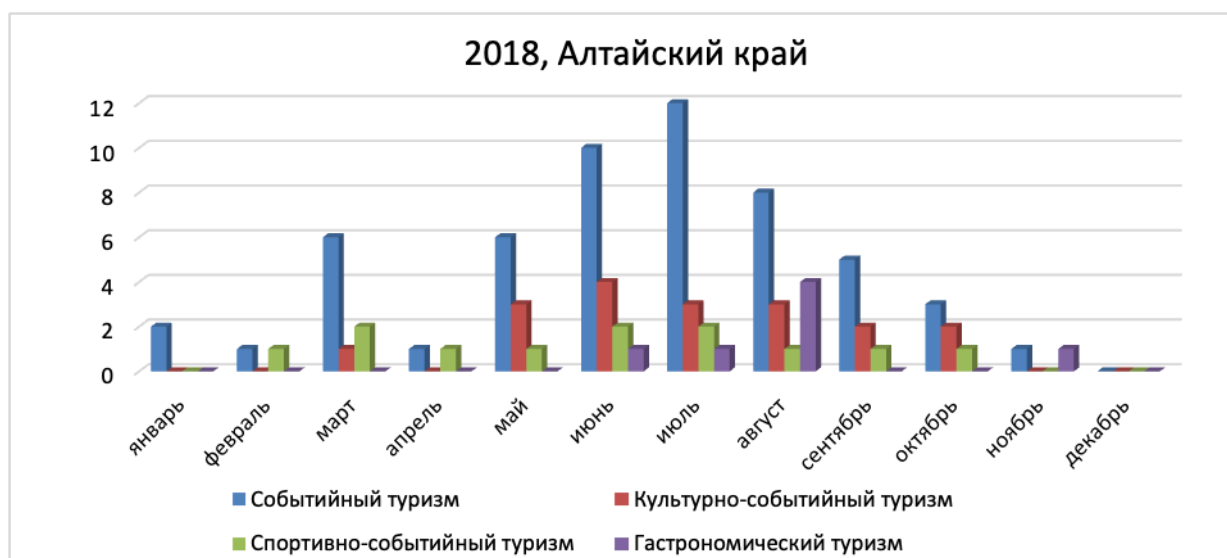


Рис. 12. Количество мероприятий событийного туризма в Алтайском крае в 2018 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2018 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составили 32% от всех событийных мероприятий, проведенных в Алтайском крае в 2018 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,3 раза и в 2,3 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 12).

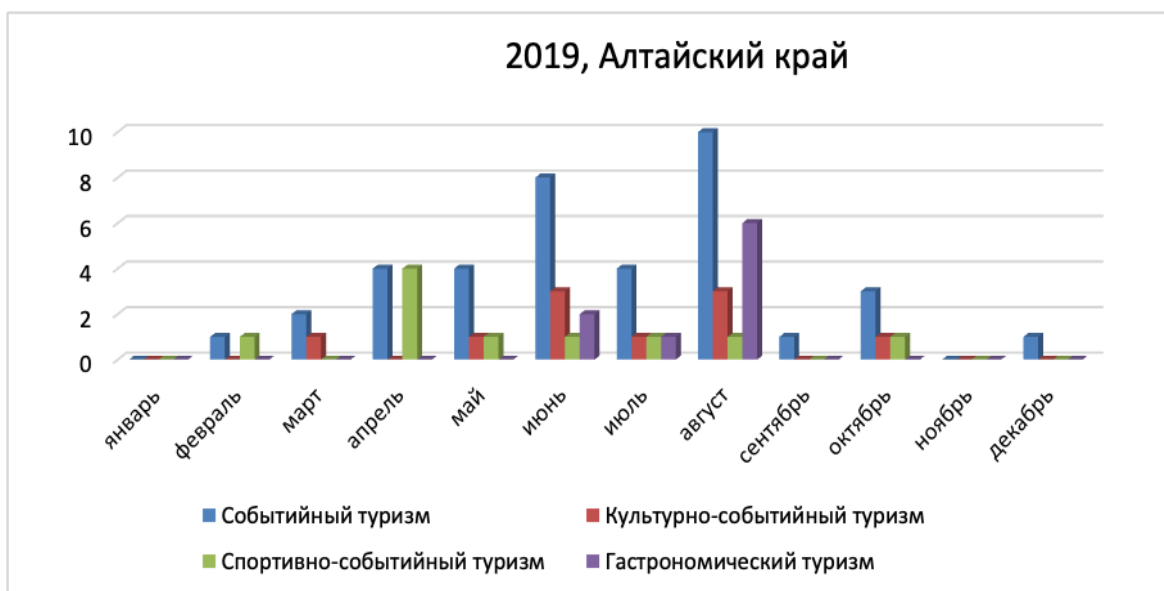


Рис. 13. Количество мероприятий событийного туризма в Алтайском крае в 2019 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ событийных акций разной направленности в Алтайском крае в 2019 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 38 мероприятий событийного характера, из которых 9 относились к культурно–событийному, 10- к спортивно–событийному и 9 - к гастрономическому туризму (рис. 13) [162].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2019 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 23% от всех событийных мероприятий, проведенных в Алтайском крае в 2019 году, с другой стороны, их количество меньше мероприятий спортивно–событийного туризма на 10% и равно количеству мероприятий гастрономического туризма за год (рис. 13).

Анализ событийных акций разной направленности в Алтайском крае в 2020 году показал, что в этом регионе РФ было запланировано проведение 76 мероприятий событийного характера, из которых 24 относились к культурно–событийному, 14 - к спортивно–событийному и 9 - к гастрономическому туризму (рис. 14) [162].



Рис. 14. Количество мероприятий событийного туризма в Алтайском крае в 2020 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2020 году запланированные мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составили 33% от всех событийных мероприятий, проведенных в Алтайском крае в 2020 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,8 раза и в 2,8 раз превышают количество акций гастрономического туризма (рис. 14).

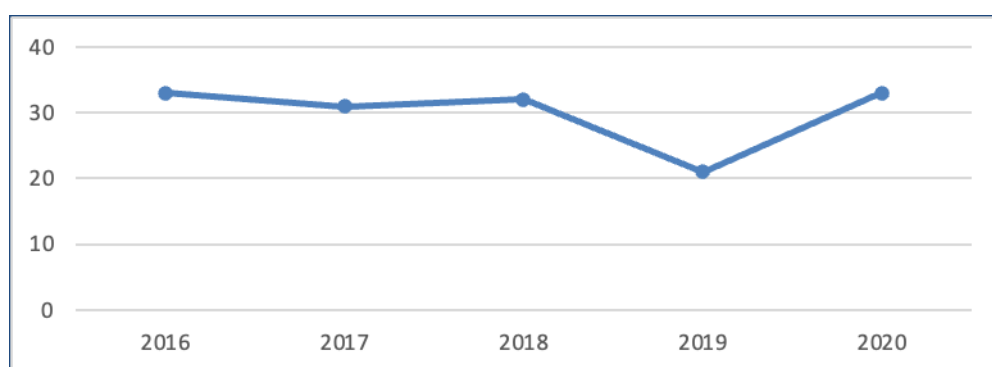


Рис. 15. Количество мероприятий культурно–событийного туризма в Алтайском крае в 2016–2020 годах в процентах от общего количества событийных мероприятий

Проведенный анализ туристской индустрии в Алтайском крае за пять последних лет начиная с 2016 года и по 2020 год включительно показал, что среднее количество мероприятий культурно–событийного туризма в процентах от общего количества событийных мероприятий составляет 31% (рис. 15). Установлено, что в среднем за обсуждаемый временной период культурные мероприятия событийной направленности превышают в 2 раза как количество мероприятий спортивно–событийного туризма, так и количество мероприятий гастрономического туризма.

Анализ мероприятий культурно–событийного туризма в Алтайском крае показывает, что найден определенный баланс среди мероприятий разных уровней – в событийном календаре перечислены мероприятия различного масштаба и уровня [162].

Представляет интерес фестиваль «Сибирская масленица» в селе Новотырышкино, как мероприятие культурно–событийного туризма. Фестиваль был проведен на территории комплекса с аналогичным названием, в котором расположена площадка для проведения крупных мероприятий и выставок. Обращает на себя внимание, что в 2019 году событийное мероприятие культурной направленности посетило порядка 37 000 человек в то время, как в самом селе Новотырышкино проживает всего 1800 жителей, а в районном центре в селе Смоленское, к которому относится село Новотырышкино, проживает 9000 человек. Большое количество туристов, посетивших фестиваль «Сибирская масленица», связано с тем, что рядом с местом проведения культурного мероприятия находится город–курорт Белокуриха, который за год посещает не менее 300 000 туристов. В настоящее время Белокуриха известна не только как бальнеологический курорт, но и как место проведения масштабных мероприятий международного и всероссийского уровня: международного форума ЮНЕСКО и Фонда дикой природы, ежегодного «Сибирского Давоса» (официальное название «Западная Сибирь: регион, экономика, инвестиции»).

Анализ мероприятий культурно–событийного туризма в Иркутской области показал компетентность специалистов, отвечающих за развитие туризма в этом регионе РФ и повышенное внимание к развитию событийного туризма. Такой вывод был сделан по результатам изучения «Отчета агентства по туризму Иркутской области о проделанной работе за январь–март 2019 года». Действительно, в разделе 2 данного документа, связанного с поддержкой приоритетных направлений развития туризма на территории Иркутской области, присутствует подраздел 2.1, который непосредственно направлен на развитие именно событийного туризма. Таким образом, можно констатировать повышенное внимание руководства туристской индустрии Иркутской области к мероприятиям событийной направленности – остальные разновидности туристской деятельности отражены в последующих подразделах (эко и этнотуризм подраздел 2.2, детский, молодежный и социальный туризм подраздел 2.3, активные виды туризма подраздел 2.4, гастрономический туризм подраздел 2.5).

Представляет интерес методический подход к информированию населения Иркутской области о мероприятиях событийного характера. Ежегодно, начиная с 2016 года, формируется календарь туристских событий региона международного, российского и областного уровня, среди которых находятся и мероприятия культурно–событийного туризма. В электронном виде календарь размещен на сайте Агентства в информационно–телекоммуникационной сети [163]. В отчете агентства по туризму Иркутской области указано, что «анонсы мероприятий, включенных в событийный календарь Иркутской области, публикуются на официальном сайте Агентства, в разделе «Афиша» Национального туристского портала «RussiaTravel», электронном бюллетене STI; организаторам наиболее масштабных мероприятий оказывается содействие в организации конференций, а также привлечении представителей СМИ на мероприятия». Все перечисленное свидетельствует о внимательном подходе руководства туристской индустрии Иркутской области к событийному туризму в целом и к культурно–событийному туризму в частности.

Анализ мероприятий культурно–событийного туризма в Иркутской области показывает, что найден определенный баланс среди мероприятий разных уровней – в событийном календаре перечислены мероприятия различного масштаба и уровня.

Ежегодный международный фестиваль джазовой музыки «Джаз на Байкале» проходит в Иркутске с 2006 года. Перед иркутской публикой выступали музыканты с мировым именем. За 14 лет существования фестиваля концерты посетило более 35 000 зрителей – это означает, что в среднем участниками фестиваля ежегодно становятся 2500 зрителей.

Международный фестиваль деревянных скульптур «Лукоморье на Байкале», проходит ежегодно в селе Савватеевка под Ангарском, начиная с 2011 года. В 2019 году скульптуры были посвящены «Сказкам народов мира». «Для участия в мероприятии было подано 154 заявки. Участие в нем приняли 22 команды, в составе которых 45 художников-скульпторов из восьми стран мира. Парк деревянной скульптуры в селе Савватеевка пополнился 22 работами, теперь в здесь и в парке на Байкальском тракте находится более 250 скульптур» [137].

Арт–фестиваль «Роза ветров» проходит ежегодно в городе Байкальске Иркутской области с численностью жителей 13000 человек. В данном событии культурной направленности принимают участие солисты и коллективы из Красноярского края, Читинской области, республики Бурятия, Приморского края и Иркутской области по направлениям вокального мастерства, хореографии, инструментального творчества, театрального творчество по возрастным категориям, что позволяет классифицировать данную акцию, как мероприятие межрегионального масштаба. Общая численность посетителей фестиваля за последние 4 года составляет в среднем 2500 человек.

«Струны души» – открытый фестиваль–конкурс авторской песни, который проводится в городе Черемхово Иркутской области начиная с 2015 года. В фестивале-конкурсе принимают участие поэты и композиторы города

Черемхово и Иркутской области. Данное мероприятие культурно–событийной направленности можно отнести к событиям регионального калибра.

Общегородской праздник народного календаря с участием творческих коллективов города и народных умельцев «Троица», который ежегодно проводится в городе Братск, можно отнести к культурно–событийным мероприятиям городского масштаба.

Конкурс скульптуры из лозы «Плетеная Сказка», который проводится ежегодно в селе Хор-Тагна Заларинского района Иркутской области направлен на развитие и поддержку лозоплетения. В конкурсе примут участия мастера лозоплетильщики и любители. Конкурс проводится в трех номинациях: скульптура из лозы «Сказочный герой», изделия, используемые для благоустройства или ландшафтного дизайна участка, сада, парка (вазоны, скамейки, качели, беседки, клумбы изгороди и т. д.) и свободная тема. Мероприятие относится к местному, поселковому уровню.

Таким образом, на примере Иркутской области можно утверждать, что мероприятий культурно–событийного туризма можно с успехом проводить на разных уровнях и разным масштабах, начиная с областного центра и заканчивая обычным селом.

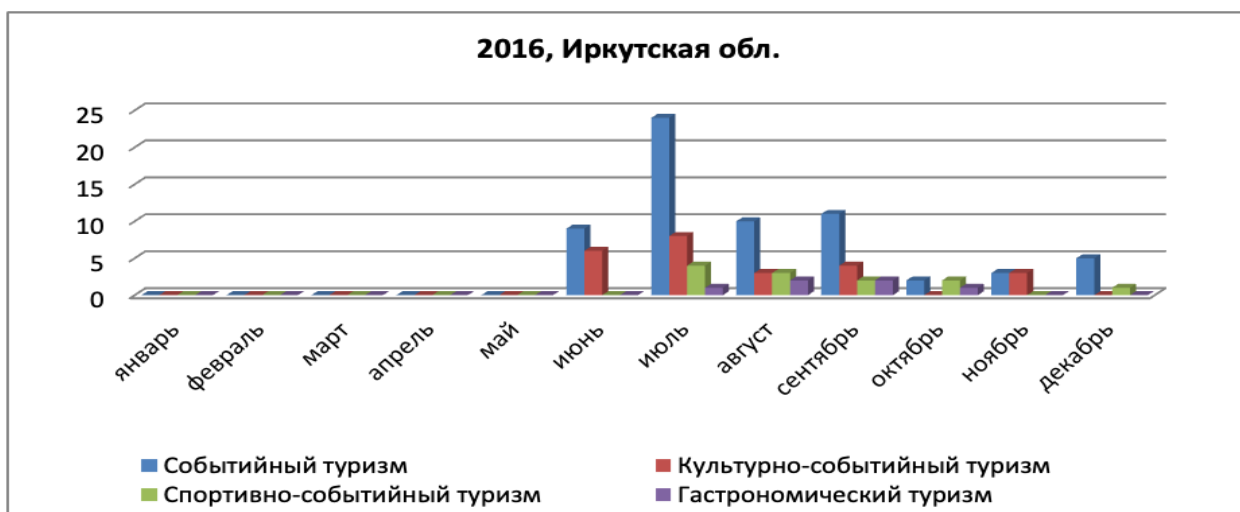


Рис. 16. Количество мероприятий событийного туризма в Иркутской области в 2016 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ событийных календарей за 5 лет начиная с 2016 года по 2020 включительно позволил не только выделить наиболее интересные события культурной направленности, но и установить определенные закономерности культурно–событийного туризма (рис. 16–20).

Анализ событийных акций разной направленности в Иркутской области в 2016 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 64 мероприятия событийного характера, из которых 24 относятся к культурно–событийному, 12- к спортивно–событийному, 6- к гастрономическому туризму (рис. 16) [163].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2016 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 38% от всех событийных мероприятий, проведенных в Иркутской области в 2016 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 2 раза и в 4 раза превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 16).

Анализ событийных акций разной направленности в Иркутской области в 2017 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 95 мероприятий событийного характера, из которых 32 относятся к культурно–событийному, 28- к спортивно–событийному, 7- к гастрономическому туризму (рис. 17) [163].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2017 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 34% от всех событийных мероприятий, проведенных в Иркутской области в 2017 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,14 раза и в 4,6 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 17).

Анализ событийных акций разной направленности в Иркутской области в 2018 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 168 мероприятий событийного характера, из которых 58 относятся к культурно–событийному, 52- к спортивно–событийному, 7- к гастрономическому туризму (рис. 18) [163].

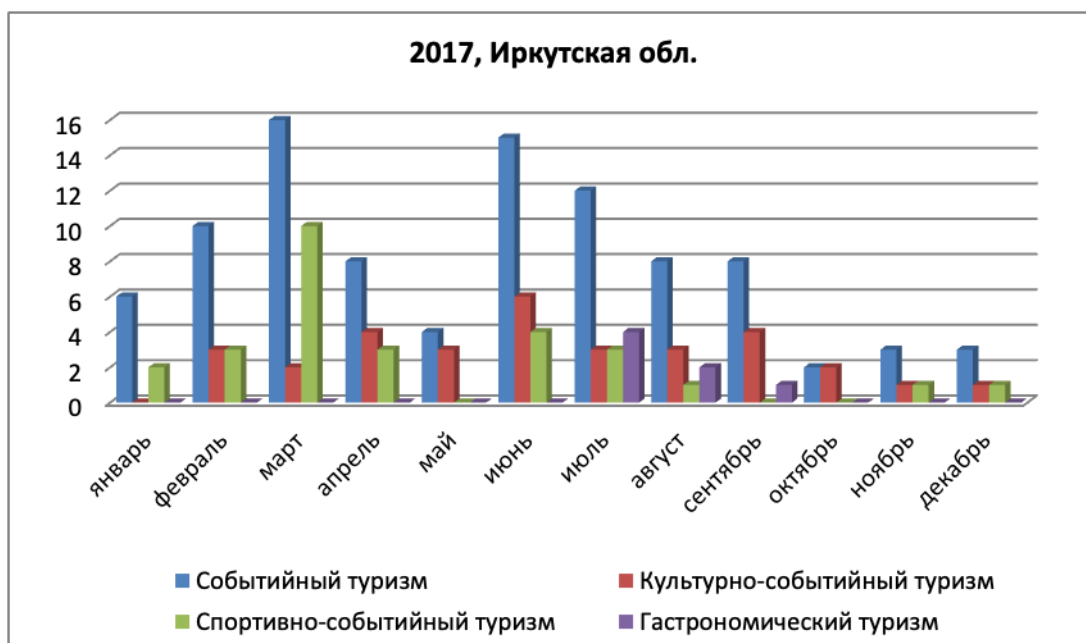


Рис. 17. Количество мероприятий событийного туризма в Иркутской области в 2017 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2018 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 35% от всех событийных мероприятий, проведенных в Иркутской области в 2018 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,12 раза и в 8,3 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 18).

Анализ событийных акций разной направленности в Иркутской области в 2019 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 139 мероприятий событийного характера, из которых 54 относятся к культурно–событийному, 37- к спортивно–событийному, 9- к гастрономическому туризму (рис. 19) [163].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2019 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 39% от всех событийных мероприятий, проведенных в Иркутской области в 2019 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,46 раза и в 6 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 19).

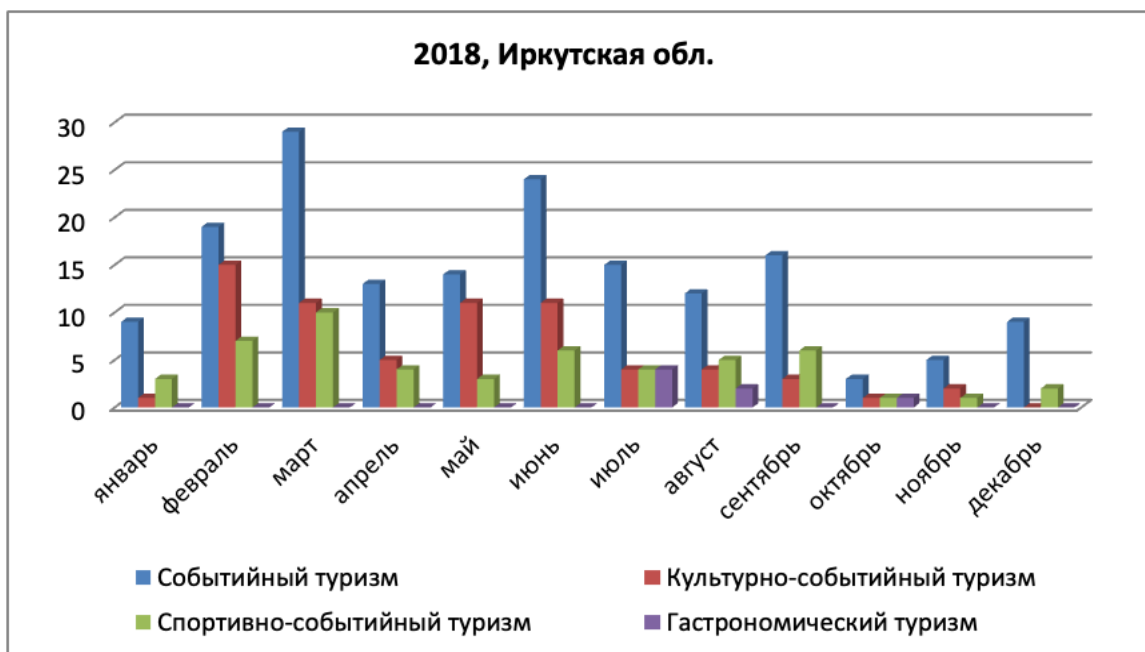


Рис. 18. Количество мероприятий событийного туризма в Иркутской области в 2018 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

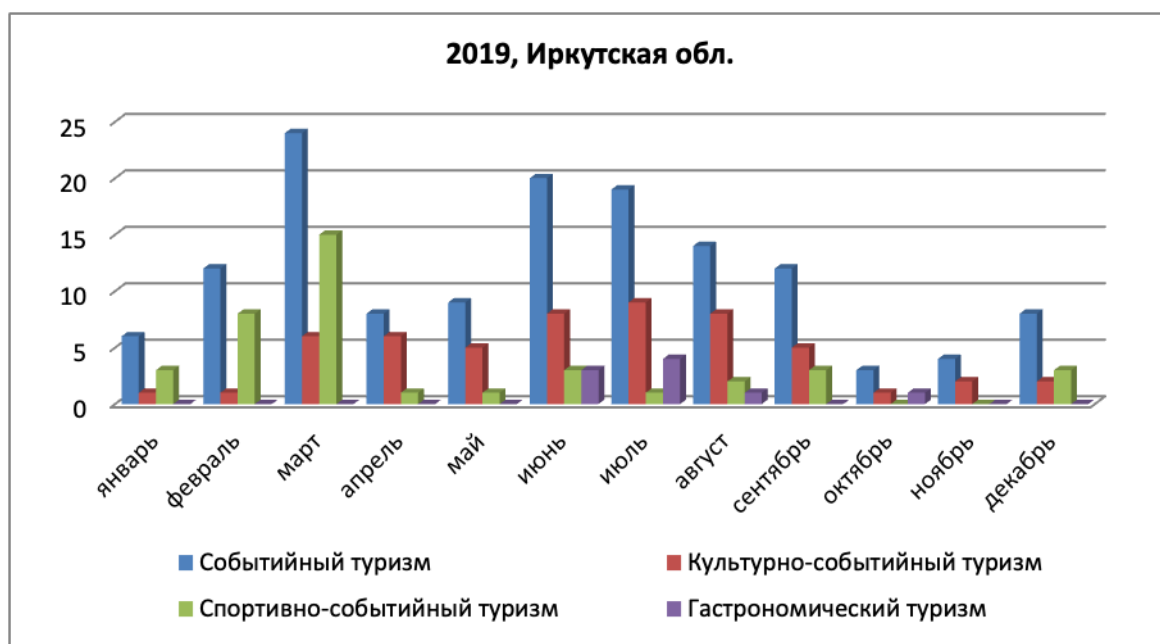


Рис. 19. Количество мероприятий событийного туризма в Иркутской области в 2019 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

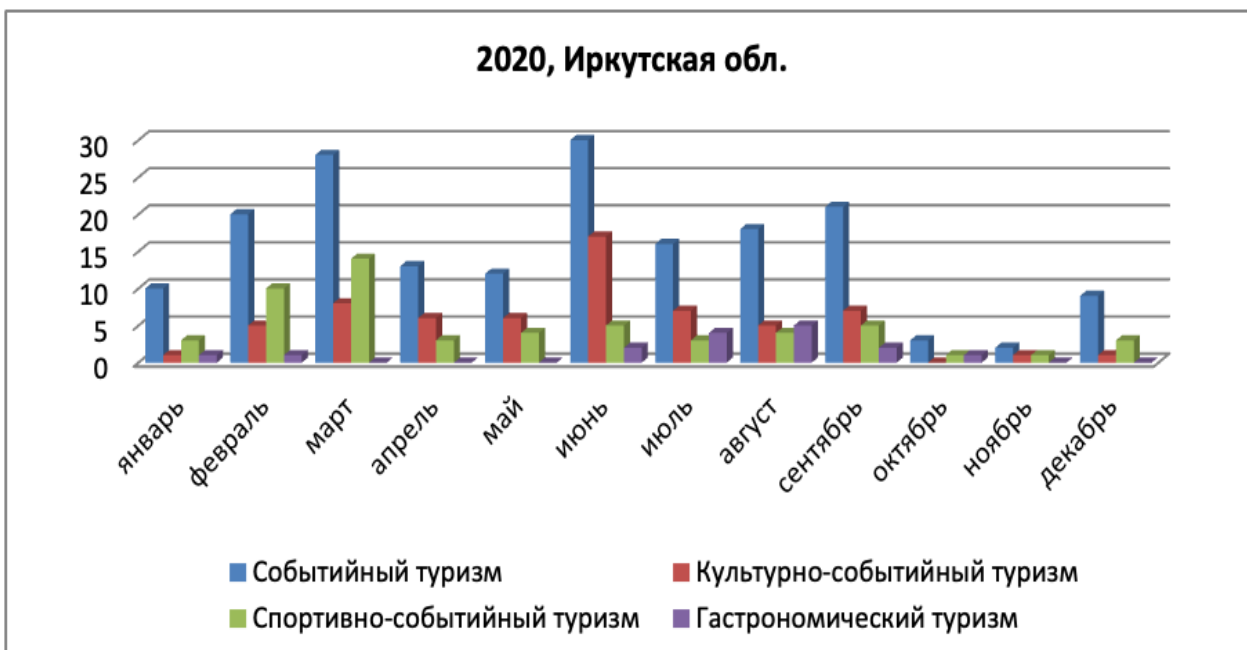


Рис. 20. Количество мероприятий событийного туризма в Иркутской области в 2020 году, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ событийных акций разной направленности в Иркутской области в 2020 году показал, что в этом регионе РФ было проведено 182 мероприятия событийного характера, из которых 64 относятся к культурно–событийному, 56- к спортивно–событийному, 16 - к гастрономическому туризму (рис. 20) [163].

Статистические данные позволяют утверждать, что в 2020 году мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 35% от всех событийных мероприятий, проведенных в Иркутской области в 2020 году, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,14 раза и в 4 раза превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 20).

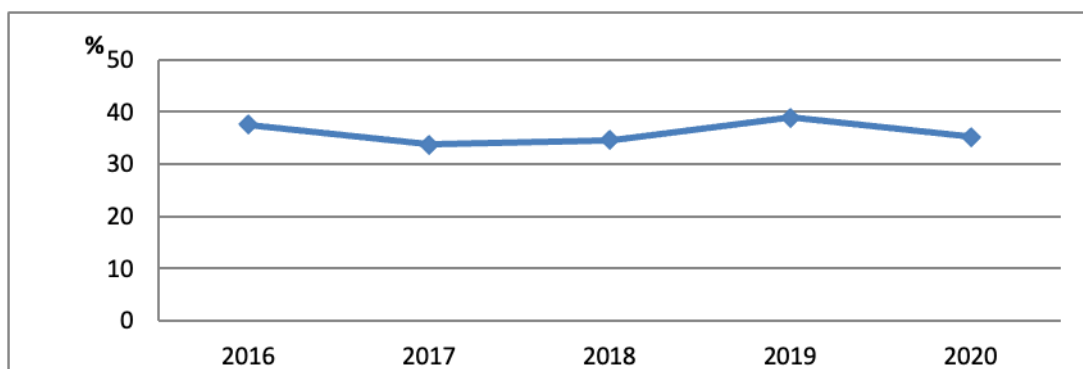


Рис. 21. Количество мероприятий культурно–событийного туризма в Иркутской области в 2016 – 2020 годах в процентах от общего количества событийных мероприятий.

Подводя итоги проведенного анализа туристской индустрии в Иркутской области за пять последних лет, начиная с 2016 года и по 2020 год включительно, можно утверждать, что среднее количество мероприятий культурно–событийного туризма в процентах от общего количества событийных мероприятий составляет 36% (рис. 21). Установлено, что в среднем за аналогичный временной период культурные мероприятия событийной направленности превышают количество мероприятий спортивно–событийного туризма в 1,4 раза и в 5,4 раза превышают мероприятия гастрономического туризма.

Среди мероприятий культурно–событийного туризма перечисленных в «Годовом отчете о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» в 2019 году» представляют интерес фестиваль ландшафтной архитектуры «Архстояние», международный музыкальный фестиваль «Мир гитары» и Музыкально–художественный фестиваль Фонда Святослава Рихтера, проводимые ежегодно на территории Калужской области [107].

Музыкальные фестивали в Калужской области тоже не отличаются высокой посещаемостью, что обусловлено спецификой проводимых музыкальных событий – количество зрителей ограничено вместимостью концертных залов. Для оценки количества зрителей можно ориентироваться на

следующие примерные показатели за 21 год успешного существования международного музыкального фестиваля «Мир гитары»: в среднем в рамках одного фестиваля проводилось 11 концертов, среднее количество посетителей одного концерта 400 человек, общее количество гостей фестиваля 4400 человек.

Анализ «Календаря событийных мероприятий Кировской области на 2020 год» показал, что в этом регионе РФ было запланировано провести 95 мероприятий событийного характера, из которых 40 относятся к культурно–событийному, 28 - к спортивно–событийному, 4 - к гастрономическому туризму (рис. 22) [122].

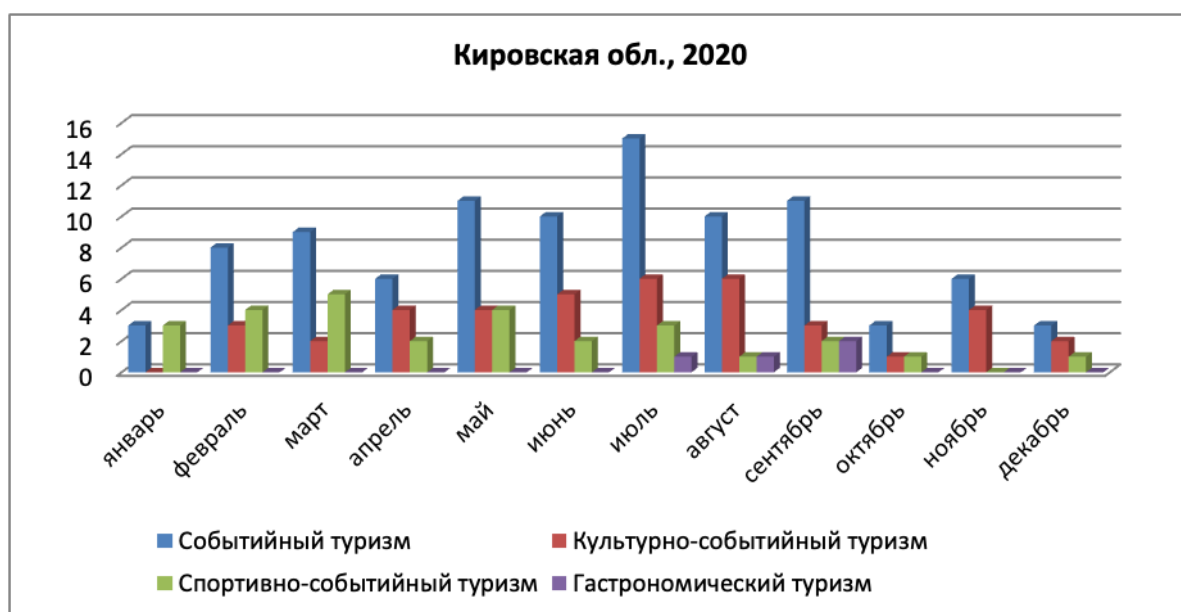


Рис. 22. Количество запланированных мероприятий событийного туризма в Кировской области на 2020 год, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ полученных статистических данных позволяет утверждать, что мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 42% от всех событийных мероприятий, запланированных в Кировской области на 2020 год, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 1,42 раза и в 10 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 22).

Изучение ситуации в сфере туризма в Костромской области показало наличие «Событийного календаря Костромской области на 2020 год», в котором перечислены мероприятия событийной направленности, проводимые в регионе за год [164]. Установлено, что в этом регионе РФ в 2020 году было запланировано провести 52 мероприятия событийного характера, из которых 19 относятся к культурно–событийному, 6 - к спортивно–событийному, 7 - к гастрономическому туризму (рис. 23) [164].

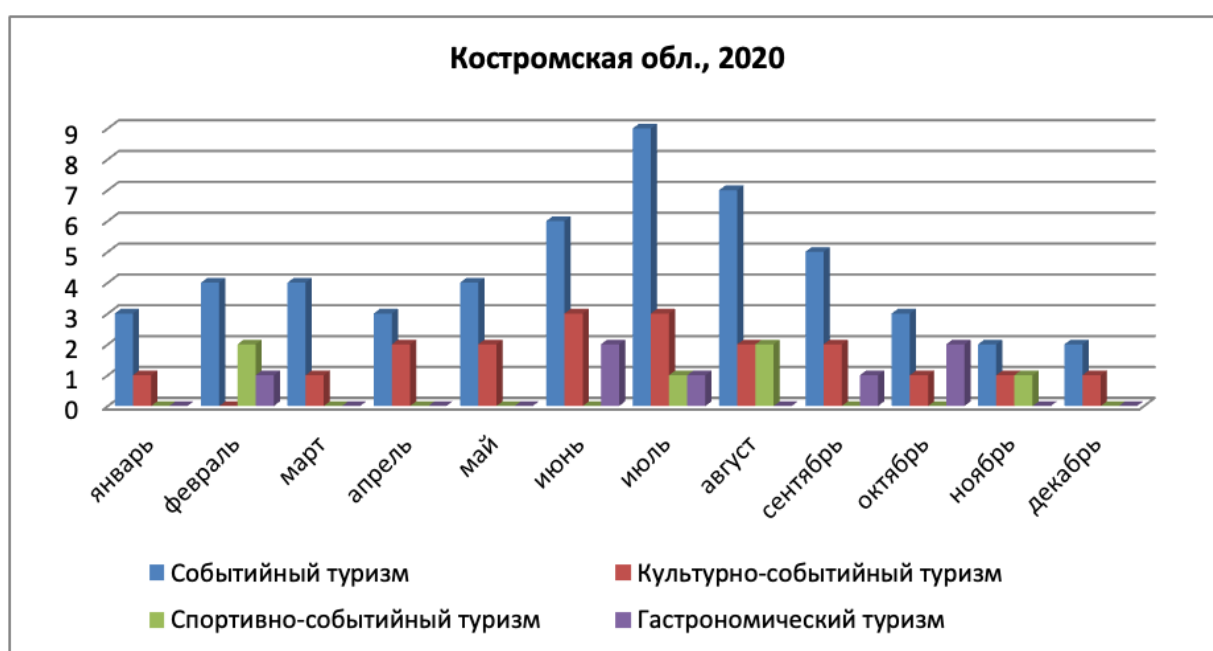


Рис. 23. Количество запланированных мероприятий событийного туризма в Костромской области на 2020 год, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Анализ полученных статистических данных позволяет утверждать, что мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 36% от всех событийных мероприятий, запланированных в Костромской области на 2020 год, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 3,17 раза и в 2,71 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 23).

Изучение мероприятий культурно–событийного туризма в Костромской области на 2020 год показало, что в регионе найден определенный баланс между мероприятиями разных уровней. Можно упомянуть международный музыкальный фестиваль «Кострома симфоническая» как событие всероссийского уровня, фестиваль деревянных скульптур «Бешеная пила» в городе Галиче как событие регионального уровня и фольклорный фестиваль искусств и спорта «Русский характер» в поселке Некрасово Костромского района как событие местного уровня.

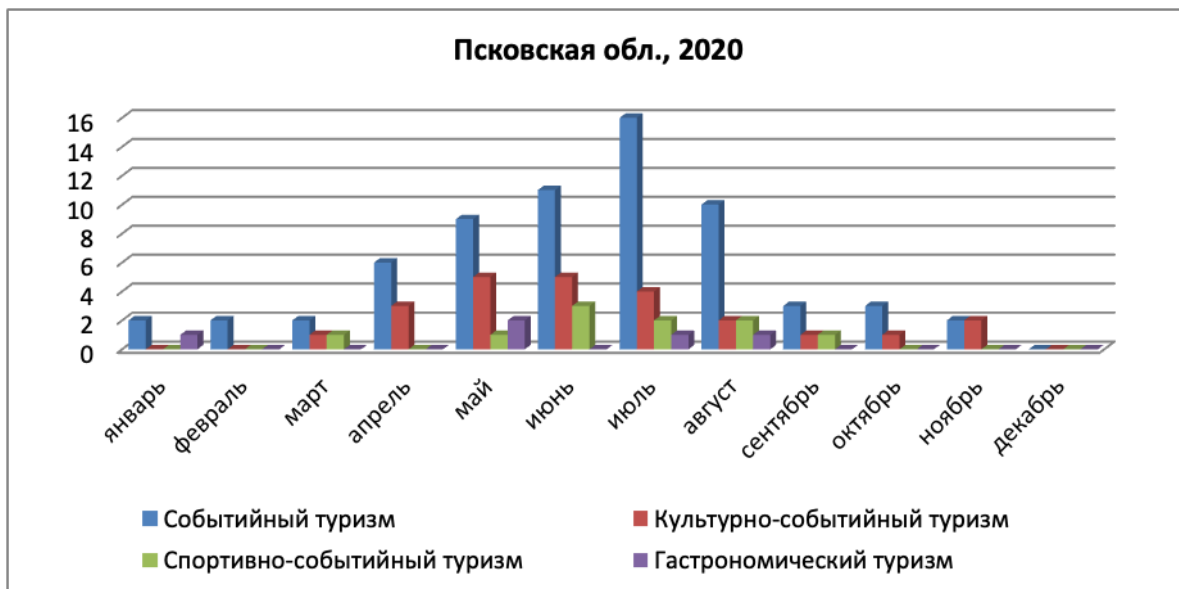
Анализ «Календаря событийных мероприятий Псковской области на 2020 год» показал, что в этом регионе РФ было запланировано провести 66 мероприятий событийного характера, из которых 24 относятся к культурно–событийному, 10 - к спортивно–событийному, 5 - к гастрономическому туризму (рис. 24, а) [165].

Анализ полученных статистических данных позволяет утверждать, что мероприятия культурно–событийного туризма, с одной стороны, составляют 36% от всех событийных мероприятий, запланированных в Псковской области на 2020 год, с другой стороны, превышают количество мероприятия спортивно–событийного туризма в 2,4 раза и в 4,8 раз превышают мероприятия гастрономического туризма (рис. 24, а).

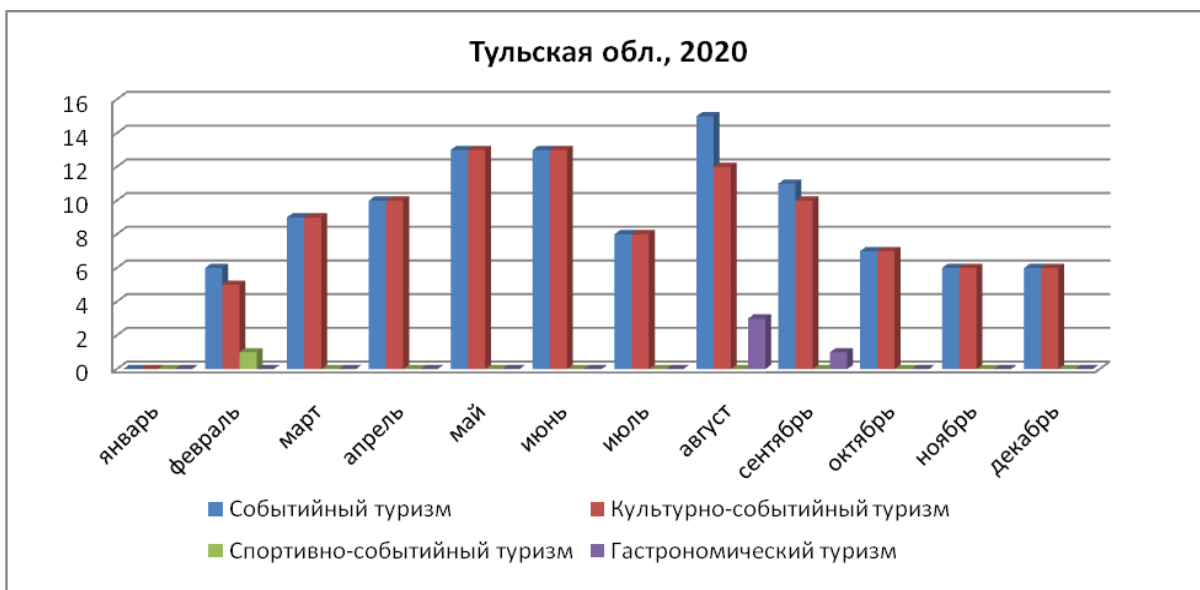
Анализ «Календаря событийных мероприятий Тульской области на 2020 год» показал, что в этом регионе РФ было запланировано провести 104 мероприятия событийного характера, из которых 99 относятся к культурно–событийному, 1 - к спортивно–событийному, 4 - к гастрономическому туризму (рис. 24, б) [123].

Анализ полученных статистических данных позволяет утверждать, что мероприятия культурно–событийного туризма составляют 99% от всех событийных мероприятий, запланированных в Тульской области на 2020 год и на порядок превышают количество мероприятия спортивно–событийного и гастрономического туризма (рис. 24, б). Может сложиться впечатление, что в регионе не найден определенный баланс между событийными мероприятиями

различной направленности. Однако, объяснение сложившейся ситуации может быть связано с тем, что составители «Календаря событийных мероприятий Тульской области на 2020 год» по ошибке не отнесли проводимые в области спортивные мероприятия к событиям событийной направленности.



а)



б)

Рис. 24. Количество запланированных мероприятий событийного туризма в Псковской области (а) и в Тульской области (б) на 2020 год, в том числе культурно–событийного, спортивно–событийного и гастрономического туризма

Представляет интерес сравнить количество запланированных мероприятий культурно–событийного туризма на 2020 год в Астраханской, Белгородской, Брянской, Калининградской, Кировской, Костромской, Иркутской, Псковской и Тульской областях (рис. 25) [120–123, 162–165, 171].

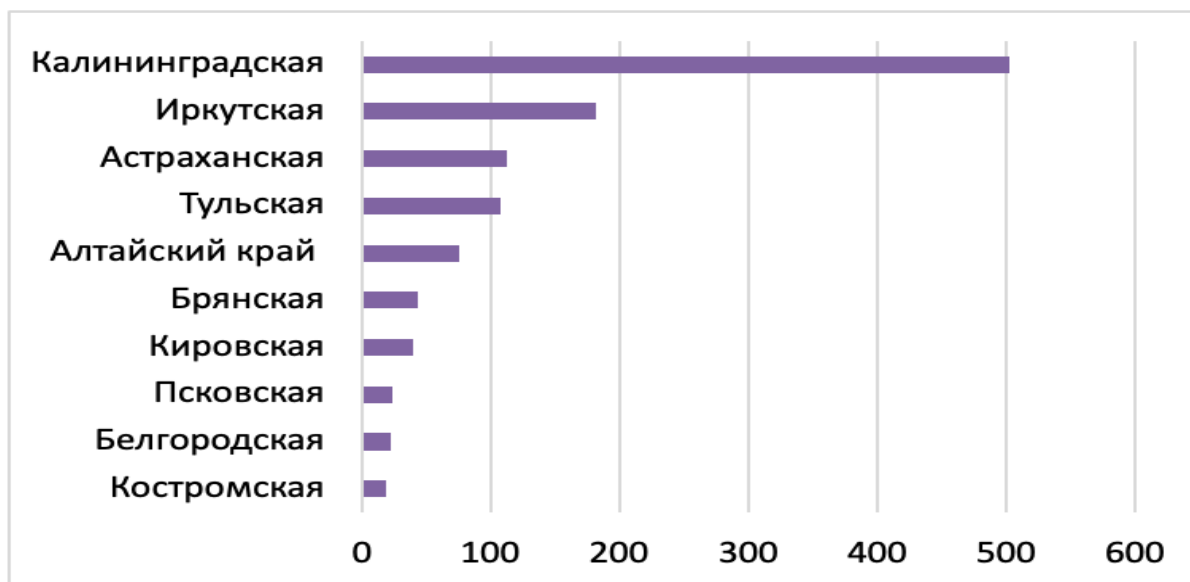


Рис. 25. Количество запланированных мероприятий культурно–событийного туризма в Алтайском крае, Астраханской, Белгородской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Иркутской, Псковской и Тульской областях на 2020 год

Сравнительный анализ свидетельствует о существенном различии между запланированными мероприятиями культурно–событийного туризма в перечисленных субъектах РФ. В Калининградской области подобных мероприятий в 26 раз больше, чем в Костромской области, в 22 раза больше, чем в Белгородской области и в 21 раз больше, чем в Псковской области. Объяснение сложившейся ситуации следующее: в Калининградской области управление туристской индустрии осуществляется из регионального центра вплоть до всех муниципальных образований включительно, что практически проявляется во включении в областной календарь событийных мероприятий культурных акций на всех уровнях, в том числе и на уровне муниципальных образований. В Белгородской, Костромской и Псковской областях мероприятия

муниципального уровня не включаются в региональный событийный календарь, поэтому жители области не получают централизованно необходимую информацию о всех культурно–событийных мероприятиях, проводимых в субъектах РФ.

Подводя итоги проведенного анализа туристской индустрии в Алтайском крае, Астраханской, Белгородской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Псковской и Тульской областях можно увидеть, что существует реальная возможность развития туризма в субъектах РФ за счет проведения культурных акций событийной направленности всероссийского, межрегионального, регионального и муниципального масштабов. Накопленный опыт показывает возможность проведения подобных акций в областных центрах и в населенных пунктах муниципальных образований, однако, в настоящее время ситуация является неблагоприятной.

Действительно, проведенное сравнение количества кинофестивалей, театральных фестивалей и фестивалей джазовой музыки в РФ с аналогичными фестивалями в других странах мира показал следующие результаты (таб. 2).

По количеству кинофестивалей на 1 000 000 жителей РФ уступает Австралии в 76 раз, Объединенному Королевству Великобритании - в 31 раз, Канаде - в 27 раз, Соединенным Штатам Америки - в 22 раза, Италии - в 18 раз.

По количеству театральных фестивалей на 1 000 000 жителей РФ уступает Австралии в 26 раз, Канаде - в 12 раз, Бельгии и Объединенному Королевству Великобритании - в 10 раз, Франции - в 8 раз, Австрии, Италии, Соединенным Штатам Америки, Польше - в 6 раз.

По количеству фестивалей джазовой музыки на 1 000 000 жителей РФ уступает Австрии в 30 раз, Австралии - в 26 раз, Чехии - в 25 раз, Бельгии и Объединенному Королевству Великобритании - в 20 раз, Соединенным Штатам Америки - в 20 раз.

Выводы по первой главе

Анализ существенных изменений и новых тенденций в современной мировой и отечественной туристской индустрии показал целесообразность

выделения такой самостоятельной разновидности событийного туризма, как «культурно–событийный туризм», который объединяет в единое целое редкие мероприятия в сфере культуры, выходящие за рамки культурно–познавательного туризма и часть культурных мероприятий, традиционно относимых к событийному туризму.

Проведенное исследование показало, что целесообразность разделения культурно–познавательного туризма и туризма, связанного с событийными акциями в сфере культуры возникает из-за принципиально разных подходов к управлению, этими двумя только формально близкими разновидностями туристской деятельности.

Предложен новый подход для классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия. В качестве основы новой классификации рекомендовано использовать существующее и апробированное временем деление искусств по видам.

Под культурно-событийным туризмом в диссертации понимается разновидность событийного туризма, связанного с разнообразными мероприятиями культурной направленности, в рамках которого имеется возможность генерировать туристские потоки на необычные выставочные проекты в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также на редкие акции связанные с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой, путем использования накопленного опыта проведения событийных мероприятий.

Впервые разработана классификация видов культурно–событийного туризма по источнику происхождения. Предлагается различать собственный туристский продукт и привлечённый туристский продукт культурно–событийного назначения, причем туристский продукт может располагаться в диапазоне от полностью собственного до полностью привлечённого туристского продукта.

Анализ мероприятий, относящихся к различным видам культурно–событийного туризма, показал, что наличие в туристском регионе собственного, а не привлечённого туристского продукта повышает туристский потенциал данного региона.

Проведенное исследование показало существенное различие (до 26 раз) в количестве культурных мероприятий событийной направленности в Алтайском крае, Астраханской, Белгородской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Псковской и Тульской областях. В ряде субъектов РФ региональная власть не осуществляет процесс управления и не контролирует проведение культурно-событийных мероприятий на муниципальном уровне. При этом существует реальная возможность увеличения количества культурных акций событийной направленности всероссийского, межрегионального, регионального и муниципального масштабов в областных центрах и в населенных пунктах муниципальных образований.

Проведенное исследование показало, что в мире только начинают проводить культурные мероприятия событийного характера в сфере пластических искусств. Выставки живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, которые бы воспринимались потенциальными зрителями, как исключительные, неповторимые и редчайшие события проходят в незначительном количестве.

Современная ситуация с мероприятиями культурно–событийного туризма в области музыки, оперы, эстрады, балета, театра, кино, национальными фестивалями и праздниками выглядит не совсем благополучно. По количеству проводимых культурных акций событийного характера на миллион жителей РФ на порядок отстает от передовых стран.

ГЛАВА 2. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНЫМ ТУРИЗМОМ В РФ

2.1. Структурная модель культурно–событийного туризма как туристской системы

Как было показано в первой главе данного диссертационного исследования существенные изменения и необычные тенденции, наблюдаемые в мировой и отечественной туристской индустрии, привели к появлению такого нового понятия, как «культурно-событийный туризм», которое объединяет в единое целое редкие мероприятия в сфере культуры, не вписывающиеся в рамки культурно-познавательного туризма и часть культурных мероприятий, традиционно относимых к событийному туризму.

Перед отечественной индустрией туризма стоит задача не отставать от новых веяний в туристской сфере и развивать культурно–событийный туризм в регионах России на постоянной основе. Одним из препятствий для успешного проведения мероприятий культурно–событийной направленности в настоящее время является отсутствие теоретических исследований в этой области туристской деятельности. Например, для использования столь важного системного подхода к управлению культурно–событийными мероприятиями необходимо выявить основные элементы и схематически оформить структурную модель культурно–событийного туризма как туристской системы, описание которой в литературе, посвященной туризму, в данный момент отсутствует.

Для решения поставленной задачи были проанализированы причины возникновения как событийного туризма в целом, так и особенности функционирования культурно–событийного туризма, основанные на схемах, иллюстрирующих возникновение событийного туризма на стыке туризма и накопленного опыта проведения мероприятий событийного характера [79] (рис. 1), и формирования менеджмента культурно–событийного туризма на стыке менеджмента туризма и накопленного опыта проведения мероприятий культурной и событийной направленности (рис. 2).

В результате понимания объективных причин возникновения как событийного туризма в целом, так и событийного туризма в сфере культуры, разработана и представлена на рис. 26 принципиальная структурная модель культурно–событийного туризма как туристской системы, без понимания которой невозможно начать успешно развивать культурно–событийный туризм в регионах России, и к которой необходимо сделать следующие пояснения.

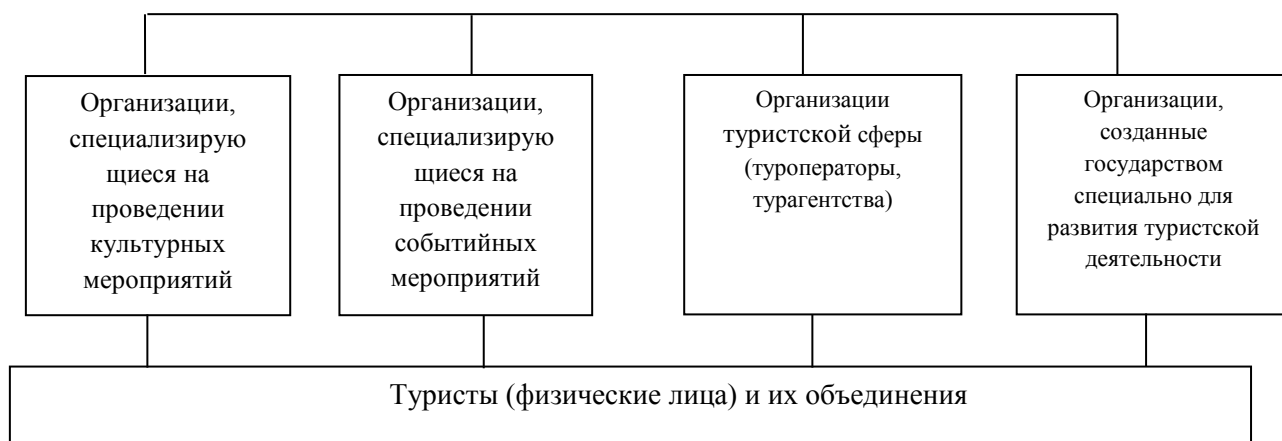


Рис. 26. Структурная модель культурно-событийного туризма, как туристской системы.

Для подтверждения того, что, представленная на рис. 26 схема действительно, является системой, необходимо вспомнить определение этого понятия в самом общем смысле. Система - это «совокупность интегрированных и регулярно взаимодействующих или взаимозависимых элементов, созданная для достижения определенных целей, причем отношения между элементами определены и устойчивы, а общая производительность или функциональность системы лучше, чем у простой суммы элементов» [6, с. 177]. Данное определение в полной мере соответствует представленной структурной модели культурно–событийного туризма. Действительно, до возникновения культурно–событийного туризма происходило накопление знаний и опыта в туристской сфере, в области проведения разнообразных событийных мероприятий, в сфере организации культурных мероприятий, но использование накопленного опыта управления туризмом, событийными и культурными

мероприятиями по отдельности не приводило к наилучшим результатам. И только использование системного подхода к рассмотрению культурно–событийного туризма как к совокупности взаимозависимых элементов изображенных на рис. 26 и ориентированных на достижение единой цели, позволяет добиться лучшего результата, чем у простой суммы элементов.

Далее необходимо обратить внимание на особенность изображенной схемы. Для организации мероприятий культурно–событийной направленности в зависимости от масштаба могут привлекаться как организации, так и отдельные специалисты в указанной области, что нашло отражение при изображении обсуждаемой схемы (рис. 26).

Специалисты в области культуры, как правило, объединены в рамках отдельной организации с правами юридического лица, которая специализируется на проведении определенных культурных мероприятий. В соответствии с классификацией видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия такими организациями могут быть музеи, которые выступают инициаторами и организаторами разнообразных выставочных проектов в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также организации, специализирующиеся на подготовке проектов, связанных с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром и кино.

Специалисты в области проведения мероприятий событийного характера могут работать в самостоятельных организациях, которые привлекаются для подготовки конкретных акций, а могут входить в штат организации, которая выступает инициатором конкретных акций культурно–событийной направленности. Достаточно часто используется оба варианта. В качестве примера можно сослаться на опыт художественного музея Rijksmuseum в Амстердаме (Нидерланды), который является одним из ведущих музеев Европы и имеет опыт проведения выставок событийной направленности [119]. Музей имеет штатных сотрудников, которые работают над подготовкой

информационных и рекламных кампаний, но при этом привлекает PR-агентства, специализирующиеся на проведении событийных мероприятий. Например, готовясь к открытию музея в 2013 году, музей тесно сотрудничал с лондонским PR-агентством «Bolton & Quinn», которое помогло в работе с прессой по всему миру, благодаря чему был достигнут значительный успех [119].

Специалисты в области туризма, как правило трудоустроены в туристских организациях. Туроператоры, турагентства дополняют основной туристский продукт, который формируют организации, специализирующиеся на проведении культурных мероприятий, формируют туристские туры и тем самым организуют поездки, предлагающие туристский продукт на рынке.

Включение представителей государства в схему структурной модели культурно–событийного туризма объясняется не только необходимостью правового регулирования в сфере туризма и культуры, но и неизбежностью участия государства в управлении туристской и культурной деятельности на различных уровнях – на федеральном уровне, уровне субъектов РФ и местного самоуправления.

Так, одной из обязанностей представителей органов государственной власти, занимающихся культурой, является контроль над тем, чтобы культурные ценности, являющиеся государственной собственностью и находящиеся в музейных фондах, использовались в интересах государства. Ситуация с экспонированием в Париже коллекции легендарного русского собирателя С.И. Щукина в конце 2016 – начале 2017 года обнажает определенные проблемы. Инициатором этой выставки выступил фонд Louis Vuitton, представляющий один из самых знаменитых и успешных французских домов моды. Беспрецедентное количество работ для экспонирования в огромном выставочном центре Fondation Louis Vuitton – 130 живописных полотен, поровну предоставили Государственный Эрмитаж (Санкт–Петербург) и Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина (Москва). Успех превзошел все ожидания – эта выставка, которую можно

классифицировать, как явление культурно–событийного туризма, стала самой посещаемой в истории Франции (1 205 063 зрителей) [160]. Можно предположить, что и французский дом моды, и бюджет Парижа получили достаточно большую прибыль от наплыва туристов. Повторная выставка в России под названием «Щукин. Биография коллекции», которая открылась в июне 2019 года в Москве, вряд ли смогла привлечь большое количество зарубежных зрителей, так как наиболее активная часть уже имела возможность познакомиться с коллекцией в Париже двумя годами раньше. Возможно, что противоположная последовательность проведения выставок в большей степени соответствовала бы государственным интересам, и решающую роль в этом могло бы сыграть Министерство культуры РФ.

Другим примером участия государства в мероприятиях культурно–событийной направленности является финансовая помощь в проведении крупных кинофестивалей в РФ. Так, на проведение главного кинофестиваля страны, Московского Международного кинофестиваля, государством в 2015 году было выделено 115 млн рублей, в 2017 году – 125 млн рублей, а на проведение открытого российского кинофестиваля «Кинотавр» в 2017 году – 60 млн рублей [110, 129]. Таким образом, финансовая помощь и контроль за ее использованием также является одним из оснований для включения представителей органов государственной власти в качестве отдельного элемента структурной модели культурно–событийного туризма, представленной на рис. 26.

Управлять развитием культурных мероприятий событийной направленности в регионах возможно только в случае существования и функционирования организаций, являющихся основными элементами индустрии культурно–событийного туризма (рис. 27)

Целесообразно проанализировать деятельность каждого выделенного элемента индустрии культурно–событийного туризма по отдельности.

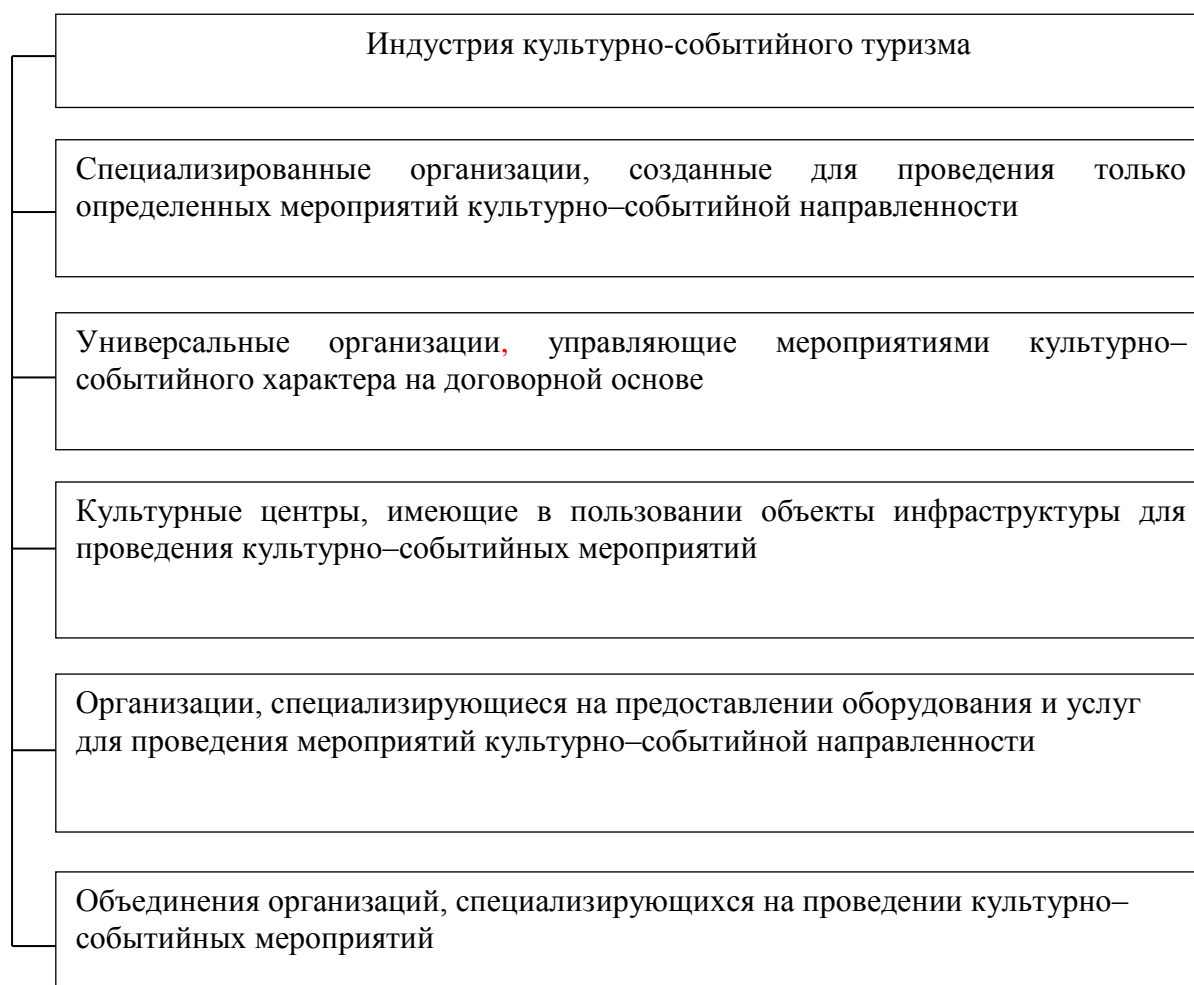


Рис. 27. Классификация организаций, являющихся основными элементами индустрии культурно–событийного туризма

Начать исследование имеет смысл с анализа особенностей деятельности организаций, которые целенаправленно созданы для управления только определенными культурными мероприятиями событийной направленности. Действительно, у любого мероприятия есть организатор – обычно юридическое лицо, которое разрабатывает программу мероприятия, составляет смету, ищет спонсоров, пытается получить субсидии от государства, несет расходы, заключает договоры с исполнителями и техническими сопровождающими.

В качестве примера целесообразно обратиться к особенностям проведения Херрогейтских международных фестивалей (Harrogate International Festivals), представляющих совокупность круглогодично проводимых уникальных

культурных акций на севере Англии. Ежегодно проводимые фестивали включают музыкальный фестиваль (Harrogate Music Festival), литературный фестиваль (Raworths Harrogate Literature Festival), специализированный литературный фестиваль, в котором имеют право участвовать только криминальные романы, опубликованные в мягкой обложке в течение предыдущего года (Theakston Old Peculier Crime Writing Festival) и уникальные детские фестивали искусства, музыки, науки и литературы, которые проходят ежегодно в мае и июне (Children's Festival) [199].

Для организации серии перечисленных редких культурных акций, которые возможно классифицировать, как явления культурно–событийного туризма, специально создана благотворительная организация, которая отвечает только за проведение и управление этими культурными мероприятиями событийной направленности под общим названием Херрогейтские международные фестивали [199].

Также существуют организации, которые специально созданы для управления только одним регулярно проводимым мероприятием культурно–событийной направленности. В качестве примера, можно рассмотреть ежегодный Гластонберийский фестиваль современного исполнительского искусства (Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts) – музыкальный фестиваль, проводящийся с 1970 года неподалёку от города Гластонбери в Великобритании и известный прежде всего своими рок–концертами [12]. Управление данным фестивалем выполняется специально созданной организацией, смысл существования которой состоит только в проведении Гластонберийского фестиваля современного исполнительского искусства [200].

С другой стороны, в результате проведенного исследования было установлено, что как в мире, так и в РФ функционируют универсальные организации, не созданные специально для проведения конкретных мероприятий культурно–событийной направленности, например, для проведения ежегодного рок–фестиваля или литературного фестиваля, а специализирующиеся на управлении мероприятиями культурно–событийного

туризма на договорной основе. В качестве примера подобной организации можно сослаться на опыт отечественной компании «Интерфест», которая до 2007 года занималась проведением Московского международного кинофестиваля, являлась организатором двух международных кинофестивалей «Кино-Ялта» и «Завтра/2morrow», организовывала традиционные Недели российского кино в Нью-Йорке (с 2001 года), в Париже (с 2003 года) и Берлине (с 2005 года).

Следующим элементом структуры индустрии культурно–событийного туризма являются культурные центры, имеющие в пользовании объекты инфраструктуры для проведения культурно–событийных мероприятий. Примером такого центра может служить Молл галерея, которая обладает выставочными помещениями в центре Лондона и ежегодно в течении многих десятков лет проводит выставки основных объединений английских художников, имеющих, как правило, долгую историю и давние традиции (Royal Society of Portrait Painters, Royal Institute of Oil Painters, Royal Institute of Painters in Water Colours, The Pastel Society, Royal Society of Marine Artists) [201].

В России существуют организации, аналогичные Молл галерее, например, выставочный центр Санкт–Петербургского Союза художников, который расположен в историческом центре Петербурга в здании Императорского Общества поощрения художеств [105]. В центре проводят ежегодные выставки произведений изобразительного искусства, являющиеся мероприятиями культурно–событийной направленности, например, отчетные осенние и весенние выставки петербургских художников, выставка, приуроченная ко Дню Победы, выставка детского творчества, выставка на которой демонстрируются произведения вступающих в Союз художников России.

Также в России за последнее время возникло несколько новых культурных центров, имеющих в постоянном пользовании объекты инфраструктуры для проведения мероприятий культурно–событийной

направленности. В качестве позитивного примера можно сослаться на успешный опыт работы Президентского центра Б. Н. Ельцина (Ельцин Центр), открытого в городе Екатеринбург в 2015 году, в котором проводились и проводятся следующие культурно–событийные мероприятия: фестиваль российского документального кино «Артдокфест», Первый Уральский открытый фестиваль российского кино, фестиваль американского документального кино, фестиваль фильмов о музыке и новой культуре «Beat Weekend», Еврейский кинофестиваль.

Отдельным элементом в структуре индустрии культурно–событийного туризма является совокупность организаций, специализирующихся на предоставлении оборудования и услуг для проведения мероприятий культурно–событийной направленности. Действительно, трудно представить проведение крупных мероприятий в области музыки без специального сценического оборудования.

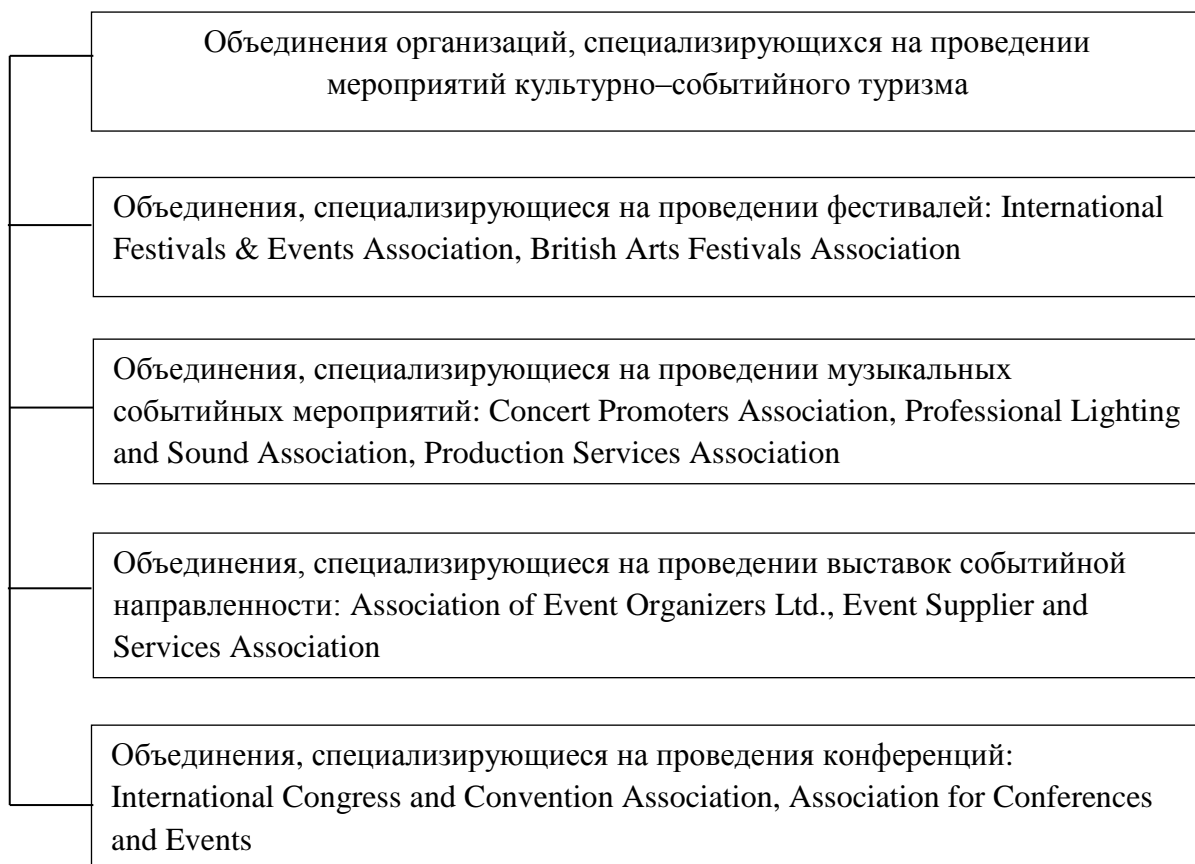


Рис. 28. Объединения организаций, специализирующихся на проведении мероприятий культурно–событийного туризма

Последним, но не менее важным элементом в структуре индустрии культурно–событийного туризма, являются объединения организаций, специализирующихся на проведении мероприятий культурно–событийного туризма, которые лоббируют отраслевые интересы в вышестоящих организациях, способствуют обсуждению и решению общих отраслевых проблем. В мире подобные объединения широко распространены (рис. 28).

Таким образом, под индустрией культурно–событийного туризма в регионах РФ понимается существование и функционирование организаций, являющихся основными элементами структурной модели, представленной выше на рис. 26.

В результате проведенного исследования установлены основные элементы структуры индустрии культурно-событийного туризма и определены функции организаций, которые являются элементами предложенной структуры и необходимы для формирования индустрии культурно-событийного туризма в регионах РФ.

2.2. Совершенствование нормативной базы стратегии развития туристской индустрии РФ на период до 2035 года

Комплексное развитие туризма в РФ и определение приоритетных направлений развития отечественной туристской индустрии до 2020 года осуществлялось в соответствии со «Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» и «Планом мероприятий по реализации "Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года"» утвержденными распоряжениями Правительства РФ в 2014 году, а также в соответствии с постановлением Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013 - 2020 годы» [141, 147, 151]. Во всех перечисленных документах отсутствуют упоминания о культурно-событийном туризме – это объясняется тем, что, с одной стороны, речь идет об использовании нового термина, только недавно введенного в научный оборот, а, с другой стороны,

отечественная туристская индустрия пока не имеет достаточного опыта проведения разнообразных культурных мероприятий событийной направленности.

Данное исследование посвящено разработке рекомендаций направленных на использование возможностей культурно-событийных мероприятий для развития туризма в РФ. Этим видом специализированного туризма нельзя пренебрегать при разработке долговременной стратегии развития отечественного туризма [101, 174].

Начальная задача данного исследования состояла в разработке рекомендаций, основанных на использовании возможностей культурно-событийного туризма до 2020 года, для повышения эффективности стратегии развития туризма в РФ в будущем.

Предложения по развитию культурно-событийного туризма в РФ изложены в виде поправок к действующей стратегии до 2020 года и плана по реализации этой стратегии. Предполагается, что структура новых документов федерального уровня, связанных с развитием туризма на период до 2035 года, не претерпит кардинальных изменений

Так, во втором разделе существующей стратегии с названием «Современное состояние и тенденции развития туризма в мире» предлагается отдельным пунктом отразить факт возникновения и существования событийного туризма, как достаточного нового явления в мировой туристской индустрии – возможно без излишней детализации, то есть без указания разновидностей событийного туризма. Для этого есть все основания – событийный туризм в мире действительно, является одним из самых перспективно развивающихся видов специализированного туризма и однозначно заслуживает должного внимания [79–81].

В этом же разделе констатируется, что «в мире растет интерес к культурно-познавательному и природо-ориентированному туризму, что делает Российскую Федерацию наиболее привлекательной туристским направлением для российских и иностранных туристов» [151]. Это положение предлагается

расширить и в новой стратегии развития отечественного туризма до 2035 года после упоминания культурно-познавательного туризма указать культурно-событийный туризм.

В третьем разделе существующей стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года с названием «Существующее состояние сферы туризма в Российской Федерации» констатируется, что число посещений музеев, ежегодно увеличивается умеренными темпами примерно на 4 процента в год [151]. Однако, за время прошедшее после принятия этой стратегии, а она была одобрена в 2014 году, ситуация изменилась следующим образом – так в 2014 году количество посетителей всех российских музеев составило 102 млн человек, в 2015 – 119 млн человек, в 2016 – 123 млн, в 2017 – 125 млн, в 2018 – 130 млн, что обеспечило рост количества посетителей музеев на 16,7% в 2015 году, рост на 3,3% в 2016 году, на 1,6% в 2017 году и на 4% в 2018 году [111, 113]. Среднее увеличение количества посетителей всех российских музеев за период 2015–2018 годов составило 6,4%. Исходя из этих позитивных процессов, произошедших за последние годы после принятия стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года, представляется реальным ставить задачу увеличения количества посетителей всех российских музеев в среднем до 5% в год на период до 2035 года. Такой оптимистический прогноз основывается в том числе на использовании возможностей культурно-событийного туризма, что и необходимо отразить при обсуждении третьего раздела стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года.

Необходимо отметить общий недостаток обсуждаемого третьего раздела действующей стратегии развития туризма на период до 2020 года, который связан с описанием туристского потенциала российских регионов – в разделе почти отсутствуют мероприятия культурно-событийной направленности. Исключениями являются Московский кинофестиваль и ситуация в Крыму, где регулярно проводятся фестивали «Война и мир», «Казантип», «Генуэзский шлем», «Театр. Чехов. Ялта», «Великое русское слово», международный

телекинофорум «Вместе», которые возможно классифицировать, как явления культурно-событийного туризма [151].

В этом же разделе разумно привести несколько позитивных примеров реализации масштабных культурных мероприятий событийной направленности за прошедшее время. Например, к самым посещаемым выставкам в РФ в 2015 году относится масштабная выставка к 150-летию со дня рождения В.А. Серова, которую посетило 440 тысяч человек, а в 2016 году в фокусе внимания художественной общественности оказалась уникальная выставка «Иван Айвазовский. К 200-летию со дня рождения» которую посетило еще большее количество зрителей – 598 тысяч человека [104, 180].

Также, в третьем разделе существующей стратегии желательно расширить список факторов, тормозящих развитие внутреннего и въездного туризма в РФ, и такой дополнительной причиной является недостаточное предложение туристского продукта культурно-событийной направленности.

В пятом разделе стратегии до 2020 года с названием «Основные направления и механизмы решения задач развития туризма» имеется подраздел три, который носит название «Реализация и усиление социальной роли туризма», и в котором присутствует следующее: «Перспективной задачей туризма является повышение уровня культуры, образования и просвещения общества. Этой задаче соответствуют все виды туризма, однако, одним из наиболее узко направленных является культурно-познавательный туризм» [151]. Нет сомнений в целесообразности расширить последнее предложение путем упоминания культурно-событийного туризма. После корректировки данное положение будет звучать следующим образом: «Перспективной задачей туризма является повышение уровня культуры, образования и просвещения общества. Этой задаче соответствуют все виды туризма, однако, одними из наиболее узко направленных являются культурно-познавательный и культурно-событийный туризм». И далее по тексту с учетом дополнения: «Для развития культурно-познавательного и культурно-событийного туризма необходимы следующие специальные меры».

В содержание специальных мер предлагается сделать дополнения, усиливающие роль культурно-событийного туризма, после внесения которых текст звучит следующим образом: «проведение обучения работников учреждений культуры и других предприятий, относящихся к объектам туристского показа, инновационным методам работы, маркетинговой деятельности, проведению событийных мероприятий в сфере культуры и приемам составления интерактивных программ для туристов», а так же: «обновление культурно-познавательных туристских программ, систематическое проведение культурных мероприятий событийной направленности, регулярное внесение разнообразия в традиционные туристские маршруты для стимулирования повторных визитов».

Итоги данного подраздела с учетом дополнений будут выглядеть следующим образом: «Таким образом, культурно-познавательный и культурно-событийный туризм могут внести существенный вклад в дело просвещения и нравственного оздоровления общества».

Далее, предлагается внести дополнительный пункт в подраздел четыре пятого раздела действующей стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года, название которого звучит следующим образом: «Повышение эффективности системы управления и статистического учета в сфере туризма для обеспечения социально-экономического развития и роста качества жизни населения регионов Российской Федерации». В соответствии с этим новым пунктом предполагается осуществление совершенствование системы статистического учета в сфере туризма путем разработки системы показателей для оценки различных разновидностей специализированного туризма. Решение этой непростой задачи позволит в том числе усовершенствовать систему сбора, анализа и предоставления статистических данных и в сфере культурно-событийного туризма, которая после этого будет в большей степени удовлетворять потребностям органов управления, научных работников в области туризма и общества в целом в точной и полной информации.

Анализ имеющегося опыта по реализации стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года показал эффективность использования плана мероприятий по реализации этой стратегии утверждаемого распоряжением Правительства РФ [147]. В связи с этим в рамках проводимого исследования имеет смысл разработать рекомендации по повышению эффективности будущего плана мероприятий по реализации «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», которые позволят использовать возможности культурно-событийного туризма в РФ.

Предлагается в раздел II существующего плана с названием «Повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и мировом рынках» включить пункт следующего содержания: «Повышение квалификации специалистов в области событийного туризма». Право на существование такого отдельного пункта объясняется отсутствием необходимого количества специалистов высокой квалификации по событийным мероприятиям. Действительно, для развития и управления такой новой и перспективной разновидностью специализированного туризма, как событийный туризм, необходимы специалисты, умеющие придать проводимым мероприятиям событийный характер и тем самым привлечь существенно большее количество зрителей и обеспечить лучшие экономические показатели.

Проведение регулярных образовательных мероприятий в регионах РФ, посвященных как событийному туризму в целом, так и его разновидности культурно-событийному туризму, выпуск методических рекомендаций по этой тематике будет содействовать развитию событийного туризма в РФ.

Далее в разделе III существующего плана с названием «Усиление социальной роли туризма» предлагается усилить значение культурно-событийного туризма путем добавления этой разновидности туризма в уже существующий перечень непосредственно после упоминания культурно-познавательного туризма [147]. После этого в обсуждаемом разделе появится следующий пункт: «Разработка и реализация программ развития социального, культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, патриотического,

военно–исторического, экологического, этнографического, сельского, образовательного и событийного туризма, включая культурно-событийный туризм».

Действительно, целесообразно включить культурные мероприятия событийного характера в раздел связанный с социальной ролью туризма, так как в результате проведенных исследований установлено, что главная особенность влияния культурно-событийного туризма на уровень социально–экономического развития регионов заключается в комплексном характере такого воздействия. Событийный туризм в области культуры, с одной стороны, способствует развитию человеческого потенциала, без которого невозможно устойчивое развитие региона, а с другой стороны, содействует повышению уровня экономического и социального развития, соответствующего статусу России как ведущей мировой державы XXI века.

В план мероприятий по реализации стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года в раздел IV с названием «Совершенствование системы управления и статистического учета в сфере туризма для обеспечения социально-экономического развития и роста качества жизни населения регионов Российской Федерации» предлагается включить видоизмененный пункт №37 из действующего плана до 2020 года в следующей формулировке: «Разработка системы показателей оценки эффективности деятельности регионов в различных видах туризма» [147]. Новый вариант отличается от существующего акцентированием внимания на необходимости разработки показателей оценки для различных видов туризма включая событийный туризм и его разновидность культурно-событийный туризм. Такое уточнение коррелируется с предложением по совершенствованию стратегии развития туризма в РФ сделанным выше. Действительно, необходимо научиться оценивать вклад различных видов туризма в социально-экономическое развитие регионов РФ по отдельности. Разработка специальных методик является сложной научной проблемой, заслуживающей включение в документ федерального уровня.

Далее предлагается повысить эффективность раздела VI «Продвижение туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и международном рынках» путем коррекции пункта №45 с помощью акцентирования внимания на событийном туризме [14]. Видоизмененный пункт предлагается представить в плане мероприятий по развитию туризма до 2035 года в следующем виде: «Содействие субъектам Российской Федерации в разработке и продвижении туристских брендов Российской Федерации, регионов и отдельных туристских продуктов, в том числе событийной направленности». Такое выделение событийного туризма обосновано стремительным ростом популярности этой разновидности специализированного туризма в мировой туристской индустрии [79, 80].

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что разработаны научно–обоснованные рекомендации, позволяющие повысить значение культурно-событийного туризма для развития туристской индустрии РФ и предназначенные для использования при создании новой стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года.

Начиная с 2020 года комплексное развитие туризма в РФ и определение приоритетных направлений развития отечественной туристской индустрии осуществляется в соответствии со «Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», утвержденной распоряжением Правительства в сентябре 2019 года [147].

Особенность нового документа состоит в том, что в нем предлагается планировать развитие отечественного туризма на пятнадцать ближайших лет в то время, как предыдущая стратегия развития до 2020 года была рассчитана только на шесть лет. Новый долговременный интервал планирования предполагает необходимость всестороннего и тщательного обсуждения обновленных приоритетов специалистами и участниками туристской индустрии на всех уровнях.

Данное исследование посвящено оценке эффективности новых приоритетов туристской деятельности в РФ с точки зрения использования

возможностей событийных мероприятий в сфере культуры. Актуальность исследования подтверждается тем, что в настоящее время культурно-событийный туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных разновидностей событийного туризма, имеет значительный потенциал роста в РФ. Этим видом специализированного туризма нельзя пренебрегать при разработке долговременной стратегии развития отечественного туризма. Увеличение количества культурно-событийных мероприятий позволяет не только усиливать человеческий потенциал, без которого невозможно устойчивое развитие всей страны, но и способствует повышению уровня экономического и социального развития регионов.

Задача исследования – дать оценку использования возможностей культурно-событийного туризма в стратегии развития отечественной туристской индустрии на период до 2035 года и разработать научно–обоснованные рекомендации, позволяющие расширить применение этой разновидности специализированного туризма в РФ.

Прежде всего, необходимо обратить внимание на определенную неточность в терминологии – авторы новой стратегии включили событийный туризм в области культуры составной частью в культурно-познавательный туризм. Так в общих положениях стратегии дано следующее определение культурно-познавательного туризма: «путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе, посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий» [149]. Необходимо обратить внимание на то, что на самом деле культурно-познавательный туризм существенно отличается как от событийного туризма в целом, так и от событийного туризма в области культуры, в частности.

Действительно, часть культурных мероприятий соответствуют исключительно познавательному туризму. «Познавательный туризм ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с культурными ценностями: археологическими и культурно-историческими памятниками,

архитектурными ансамблями, этнографией» [43, с. 13]. В данной формулировке ознакомление с культурными ценностями относится к культурно-познавательному туризму, однако, отсутствие акцента на исключительности и уникальности культурных мероприятий не позволяет их классифицировать как акции событийного характера.

В стратегии развития туризма РФ на период до 2020 года событийный туризм и культурно-познавательный туризм были дистанцированы друг от друга – для подтверждения этого целесообразно процитировать следующее положение из этой стратегии: «Кроме культурно–познавательного туризма, наиболее перспективными для развития является деловой, паломнический, событийный, круизный и яхтенный, экологический, сельский и активный туризм» [151].

Общий анализ новых приоритетов туристской индустрии показал принципиальную особенность, которая проявляется в недостаточном внимании к развитию событийного туризма в целом. Этот недостаток ощущается по всему тексту проекта, и этим качеством проект стратегии на период до 2035 года значительно уступает предыдущей стратегии развития туризма Российской Федерации на период до 2020 года [149, 151]. Так, в общих положениях новой стратегии авторы дали определения различным видам туризма – автотуризму, горнолыжному, деловому, круизному, культурно-познавательному, лечебно-оздоровительному, молодежному, научному, промышленному, сельскому, экологическому туризму, но определению событийного туризма места не нашлось.

В разделах «Современные тенденции и перспективы развития туризма в мире» и «Текущее состояние и потенциал развития туризма в Российской Федерации» стратегии развития туризма на период до 2035 года событийный туризм вообще не упомянут, что вызывает удивление, так как иностранные и отечественные исследования сообщают о тенденции расширения и перспективах развития событийного туризма как в зарубежных странах, так и в РФ [12, 15–16].

Недостаточное внимание к событийному туризму в целом привело к тому, что эта востребованная в мировой индустрии разновидность специализированного туризма незаслуженно выпала из фокуса внимания. Так, в подразделе «Развитие отдельных видов туризма» стратегии развития отечественной туристской индустрии на период до 2035 года событийный туризм не упомянут, в то время как инструментам развития детского, культурно–познавательного, горнолыжного, круизного, экологического и делового туризма уделено необходимое и достаточное внимание [149].

Не нашлось места событийному туризму в целом, так и культурно–событийному туризму в частности, в рамках культурно–познавательного туризма, хотя, как было отмечено выше, авторы стратегии ошибочно включили событийный туризм в области культуры в сферу культурно–познавательного туризма [149].

В стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года событийному туризму уделялось намного больше внимания, чем в новом документе. В качестве примеров, подтверждающих данное утверждение, можно процитировать следующие как позитивные, так и критические положения из стратегии развития отечественной индустрии туризма на период до 2020 года: «событийный туризм позволяет не только укрепить имидж страны на международной арене, как открытого и гостеприимного государства, но и создает импульс для развития туристской инфраструктуры», «международные событийные мероприятия, привлекающие въездной туристский поток в Российскую Федерацию, не в полной мере выполняют задачу по привлечению российских туристов и максимизации экономического эффекта от их проведения» [151].

Необходимо подчеркнуть, что высказанные замечания к недавно принятой стратегии развития отечественного туризма на ближайших пятнадцать лет не умаляют её общих достоинств, но акцентируют внимание на возможности улучшения, для чего представляется возможным рекомендовать внесение определенных дополнений в стратегию развития туризма на период до 2035

года, которые будут способствовать повышению эффективности использования возможностей культурно-событийного туризма.

Предлагается добавить в раздел «Общие положения» определение событийного туризма, как нового явления в мировой туристской индустрии с указанием таких его важных разновидностей, как культурно–событийный туризм и спортивно–событийный туризм, но сделать это обобщенно, без излишней детализации, то есть без указания особенностей разновидностей событийного туризма. Для этого есть все основания – событийный туризм в мире действительно, является одним из самых динамично развивающихся видов специализированного туризма и заслуживает пристального внимания [79–81].

Упоминание событийного туризма в этом вступительном разделе будет содействовать общему усилению роли этой разновидности специализированного туризма в общей политике развития отечественной туристской индустрии – такое дополнение будет справедливо, так как событийный туризм так же важен для социально-экономического развития РФ, как и другие разновидности туризма.

Предлагается расширить раздел «Современные тенденции и перспективы развития туризма в мире» за счет внесения информации о значении событийного туризма для мировой индустрии туризма. Необходимо подтвердить фактическими данными тенденцию увеличения доли событийного туризма и его разновидностей в мировой туристской индустрии.

Целесообразно дополнить раздел «Текущее состояние и потенциал развития туризма в Российской Федерации» информацией об отечественных достижениях как в событийном туризме в целом, так и в культурно–познавательном туризме в частности. В этом же разделе новой стратегии предлагается отразить перспективы повышения эффективности въездного туризма в Россию за счет проведения культурно–событийных и спортивно–событийных мероприятий.

Подраздел «Развитие отдельных видов туризма» стратегии развития отечественной туристской индустрии на период до 2035 года необходимо также расширить и среди разновидностей туризма, для развития которых требуются определенные меры государственной поддержки, указать культурно–событийный туризм. Такое дополнение позволит учесть то, что в современное время событийный туризм в области культуры является одним из наиболее молодых, перспективных и высокодоходных разновидностей туристской деятельности, что подтверждают оценки как международных, так и отечественных специалистов. С другой стороны, упоминание культурно–событийного туризма рядом с культурно–познавательным позволит четко различить эти две разновидности туристской деятельности, связанные с культурой и, что является достаточно важным, расширить перспективы развития отечественного туризма в целом.

После такого увеличения видов туризма, для которых требуется дополнительное государственное финансирование, необходимо внести соответствующие корректировки в дальнейший текст стратегии развития отечественного туризма. Так предлагается название подраздела «Культурно–познавательный туризм» переименовать – новое название будет сформулировано следующим образом: «Культурно–познавательный и культурно–событийный туризм». В текст данного подраздела также необходимо внести изменения и дополнения в пункты связанные с повышением квалификации работников культурных организаций и с компенсацией части затрат, осуществленных при организации культурных мероприятий событийной направленности, которые способствуют развитию въездного туризма.

Внесенные изменения и дополнения требуют следующих пояснений. Действительно, необходимо проводить обучение работников учреждений культуры и других предприятий, относящихся к объектам туристского показа связанных с проведением событийных мероприятий в сфере культуры. Такая необходимость объясняется тем, что проведение событийных мероприятий на

научно–обоснованной базе, с учетом накопленного мирового опыта является сложной задачей, как для музейных сотрудников, так и для специалистов в других областях туристской деятельности. Одна из причин отставания туристской сферы РФ в области культурно–событийного туризма от мировой индустрии туризма объясняется именно отсутствием опыта в проведении подобных мероприятий, в отсутствии отечественных научных исследований в этой области и в нехватке специалистов в событийном менеджменте. Именно по этой причине необходимо регулярно проводить семинары, курсы повышения квалификации и другие обучающие мероприятия, способствующие повышению знаний сотрудников музейной и туристской сферы в области теории и практики событийных мероприятий.

Предложение, связанное с проработкой системы мер государственной поддержки по компенсации хозяйствующим субъектам части затрат, понесенных при организации культурных мероприятий событийной направленности и способствующих развитию въездного туризма, объясняется важностью этого вида туризма для развития российской экономики. Действительно, основным механизмом обеспечения государственной поддержки туристской отрасли является концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», в котором развитие этого вида туризма считают одним из перспективных путей решения задачи по увеличению доли несырьевого экспорта в общем объеме экспорта страны [150]. Так в проекте стратегии развития туризма до 2035 года было отражено, что «Российская Федерация остается недостаточно привлекательной для въездных туристов. По данным ЮНВТО, в 2017 году на 100 жителей страны Россия приняла 17 въездных туристов, США – 54, Испания – 261, а Франция – 309» [139]. Для изменения сложившейся ситуации, то есть, для увеличения спроса на российский туристский продукт со стороны зарубежных туристов предлагается экономически стимулировать предприятия, связанные с организацией

культурно–событийных мероприятий, способных привлечь иностранных туристов.

Порядок внесения изменений и дополнений, предлагаемых в данном исследовании, предусмотрен существующим законодательством – в «Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года», которая была одобрена распоряжением Правительства в 2014 году, были внесены изменения в 2016 в 2019 годах.

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации в 2019 году, не позволяет в полной мере использовать возможности как событийного туризма в целом, так и культурно-событийного туризма в частности, для развития отечественной туристской индустрии. Предложены рекомендации, позволяющие усилить роль событийных мероприятий в области культуры, которые целесообразно внести в качестве дополнений к новой стратегии в соответствии с существующей процедурой внесения изменений.

2.3. Направления отечественного изобразительного искусства перспективные для развития культурно-событийного туризма в РФ

Анализ классификации видов культурно-событийного туризма, предложенной в разделе 1.2 данного диссертационного исследования, показывает, что привлечение туристов на мероприятия, связанные с изобразительным искусством, и, в частности, на уникальные выставки живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, занимает существенную долю в туризме культурно-событийной направленности. В связи с этим необходимо оценить перспективность различных направлений отечественного изобразительного искусства для становления культурно-событийного туризма в РФ – решению именно этой задачи посвящен данный раздел диссертационного исследования.

При решении сформулированной задачи необходимо учитывать, что для социально–экономического развития России особенно важен въездной туризм, «который является мощным источником доходной части бюджета национальной экономики» [67, с. 20]. Для доказательства значимости именно въездного туризма целесообразно обратить внимание на то, что «несмотря на лидирующие мировые позиции в развитии туризма, ежегодный государственный бюджет, выделяемый Великобританией и Испанией только на продвижение своего национального туристского продукта с целью увеличения въездного туристского потока, составляет соответственно 52,3 и 96,2 млн евро» [67, с. 31].

Надежды на увеличение въездного туризма в РФ, связанного с посещением мероприятий в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры и фотографии, основываются на появлении новых явлений в международной индустрии туризма. В разных странах мира стали регулярно проходить уникальные музейные выставки, которые относятся к мероприятиям культурно-событийного туризма и привлекают необычайно большое количества посетителей, обеспечивают повышенную прибыль организаторам и способствуют социально–экономическому развитию принимающего туристского региона.

Борис де Мунник, пресс–секретарь одного из самых известных и авторитетных музеев в мире Rijksmuseum, в одном из своих интервью поделился следующей информацией: «Мы разделяем нашу целевую аудиторию на несколько групп: "культурные" туристы (иностранцы, заинтересованные в культуре), семьи с детьми (в том числе иностранные, но в основном голландские), голландские "культурные" туристы, потенциальные посетители (голландцы, посещающие музеи – за границей, но не посещающие наш музей), школьники и профессионалы (студенты, профессора, кураторы – все, кто каким-либо образом вовлечен в музейную работу). К каждой из групп мы обращаемся, используя несколько маркетинговых инструментов» [119]. В данном диссертационном исследовании нас прежде всего интересуют

представители первой, наиболее важной группы – так называемые «культурные» туристы (иностранцы, заинтересованные в культуре). Именно такие иностранные туристы могли бы посещать Россию, при наличии туристского продукта, представляющего для них интерес. По этой причине перспектива въездного туризма в Россию зависит прежде всего от объективной способности туристского продукта, в данном случае отечественных выставочных проектов, связанных с изобразительным искусством, привлекать внимание иностранных туристов.

Анализ искусствоведческой литературы и коллекций ведущих мировых музеев показал, что Россия способствовала рождению не такого большого количества художественных явлений, которые вошли в мировую сокровищницу искусства и признаны во всем мире. К таким явлениям относятся только русская иконопись XIV – XV веков и первый русский авангард 1900—1930-ых годов. Действительно, для привлечения потока иностранных туристов в Россию в рамках культурно-событийного туризма целесообразно проводить музейные выставки связанные в той или иной степени с именами прославленных русских иконописцев XIV – XV веков Феофана Грека, Даниила Черного, Андрея Рублева, Дионисия и с представителями русского авангарда 1900—1930-ых годов В.В. Кандинского, К.С. Малевича, В.Е. Татлина, П.Н. Филонова, Л.М.Лисицкого, М.З. Шагала.

В связи с тем, что перспективы привлечения иностранных туристов на мероприятия культурной направленности, связанные с выставками признанных в мире отечественных мастеров, достаточно ограничены из-за небольшого количества художественного материала, предлагается оценить другие направления отечественного изобразительного искусства, и, в частности, направления, связанные с современным искусством.

Необходимо напомнить, что под современным искусством (contemporary art) понимается совокупность новых стилевых художественных направлений, созданных в мире, начиная со второй половины XX века [4, 59, 71, 76]. Этим термином обозначается так называемое «передовое искусство» с момента

окончания Второй мировой войны до настоящего времени, которое генетически связано с искусством модернизма, но при этом существует на новом витке развития изобразительного языка. Каждое послевоенное десятилетие ассоциируется с рождением новых направлений в современном искусстве. Например, из разных источников информации следует, что в 1950-е годы впервые появилось на свет примерно 40 новых стилевых художественных направлений, в 1960-е годы – примерно 50 новых направлений, в 1970-е годы – около 30 направлений, в 1980-е годы – около 25, в 1990-е годы – примерно 20, в 2000-е годы – около 25, в 2010-е – до 5 новых стилевых художественных направлений [4, 59, 71, 76].

Анализ самых посещаемых художественных музеев Москвы и Санкт-Петербурга в 2018 году показал, что музеи, связанные с современным искусством, уже сейчас занимают достаточно почетные места. Так Арт Музей Мультимедиа (Москва, Музей «Московский Дом фотографии»), который посетило 1 974 400 человек опередил Государственный музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина (1 300 900 посетителей) и находится на почетном четвертом месте после Государственного Эрмитажа (4 374 600 посетителей), Государственного Русского музея (2 192 200 посетителей) и Государственной Третьяковской галереи (2 168 800 посетителей) [155]. Музей современного искусства «Гараж» (Москва) занял седьмое место по посещаемости в 2018 году – 818 954 зрителей, одиннадцатое место у Московского музея современного искусства – 457 000 посетителей, двенадцатое место у Музея современного искусства «Эрарта» (Санкт-Петербург) – 412 717 посетителей [155].

Проведенное исследование также показало, что в РФ не только имеются достойные выставочные площадки для проведения крупных международных событийных мероприятий в сфере культуры, но и накоплен определенный опыт проведения выставочных мероприятий в сфере современного искусства. В качестве доказательства можно сослаться на успешное проведение следующих акций, связанных с современным искусством, не только в столице РФ, но и в

других российских городах: Московская биеннале современного искусства, Cosmoscow – ежегодная международная ярмарка современного искусства, Art Russia contemporary art fair(все Москва), Красноярская музейная биеннале (Красноярск), Южно-российская биеннале современного искусства (Ростов–на–Дону), Уральская индустриальная биеннале современного искусства (Екатеринбург).

Необходимо отметить, что IV Уральская индустриальная биеннале современного искусства, развернувшая свою экспозицию на выставочных площадках Уральского приборостроительного завода, Центра культуры и искусств «Верх-Исетский» и Уральского филиала ГЦСИ в Екатеринбурге в 2017 году, привлекла наибольшее количество посетителей из всех выставочных проектов в регионах –100 700 зрителей за все время работы биеннале [118].

Таким образом, можно констатировать, что в РФ имеется определенный потенциал для создания качественного и конкурентоспособного туристского продукта, основанного на использовании произведений современного отечественного искусства, для привлечения иностранных туристов. Как в мире, так и в России общество проявляет интерес к современному искусству, имеется ряд российских художников, успешно вписавшихся в международный рынок современного искусства, в России имеются выставочные площади и опыт проведения крупных выставочных проектов связанных с современным искусством, но для этого требуется государственная поддержка на федеральном уровне.

Для наглядности предлагается рассмотреть использование такой разновидности современного искусства, как лэнд–арт для создания качественного и конкурентоспособного отечественного туристского продукта, позволяющего надеяться на увеличения потока иностранных туристов в РФ.

Необходимо напомнить, что под лэнд–артом (land art – ландшафт и искусство) понимается относительно молодое направление современного искусства, то есть искусства, созданного в мире, начиная со второй половины XX века, проявляющееся в создании объектов ландшафтной скульптуры [75,

82, 83, 86]. Лэнд-арт возник в США в конце 1960-х – в начале 1970-х годов как результат протестных настроений в обществе и в художественной среде, в частности, выраженный художественными средствами против настойчиво проводимой коммерциализации искусства. При этом произведения художников демонстративно покинули музейные и привычные выставочные площадки и переместились на природные просторы. Как самостоятельное стилевое направление ленд-арт по своему интерпретировал идеи связанные с другими разновидностями современного искусства, например, с кубизмом, минимализмом и концептуализмом [75, 76, 82, 83, 86].

Успешный зарубежный опыт показал перспективность использования мероприятий, связанных с ландшафтной скульптурой в качестве основы для разработки туристского продукта, который можно эффективно продвигать на мировой туристский рынок – интерес современного общества во всех странах ко всему новому, необычному достаточно велик.

В качестве позитивного примера использования художественных завоеваний лэнд-арта необходимо прежде всего сослаться на такой знаковый фестиваль для искусства ландшафтной скульптуры, как «Burning Man» («Горящий человек») [85, 190]. Этот фестиваль, начиная с 1986 года, проходит каждый год в конце лета в пустыне Блэк Рок в штате Неваде (США). Именно в это место со всего мира стекаются художники с самыми безумными идеями, поражающими воображение обывателей, здесь прошли апробацию принципы организации и управления подобными мероприятиями, которые в настоящее время являются инструкцией для проведения фестивалей ландшафтной скульптуры, то есть культурных мероприятий событийной направленности, по всему миру.

Особенность проведения фестивалей ландшафтной скульптуры по образцу «Burning Man» состоит в отсутствии необходимости строительства гостиничных объектов – посетители и участники проживают в кэмп-лагерях. Такая мобильность подобных культурных мероприятий событийного характера способствует их организации в различных климатических зонах РФ [125].

Теоретический и практический интерес представляет из себя анализ данных по увеличению количества посетителей этого фестиваля, представленных на рис. 29 [190].

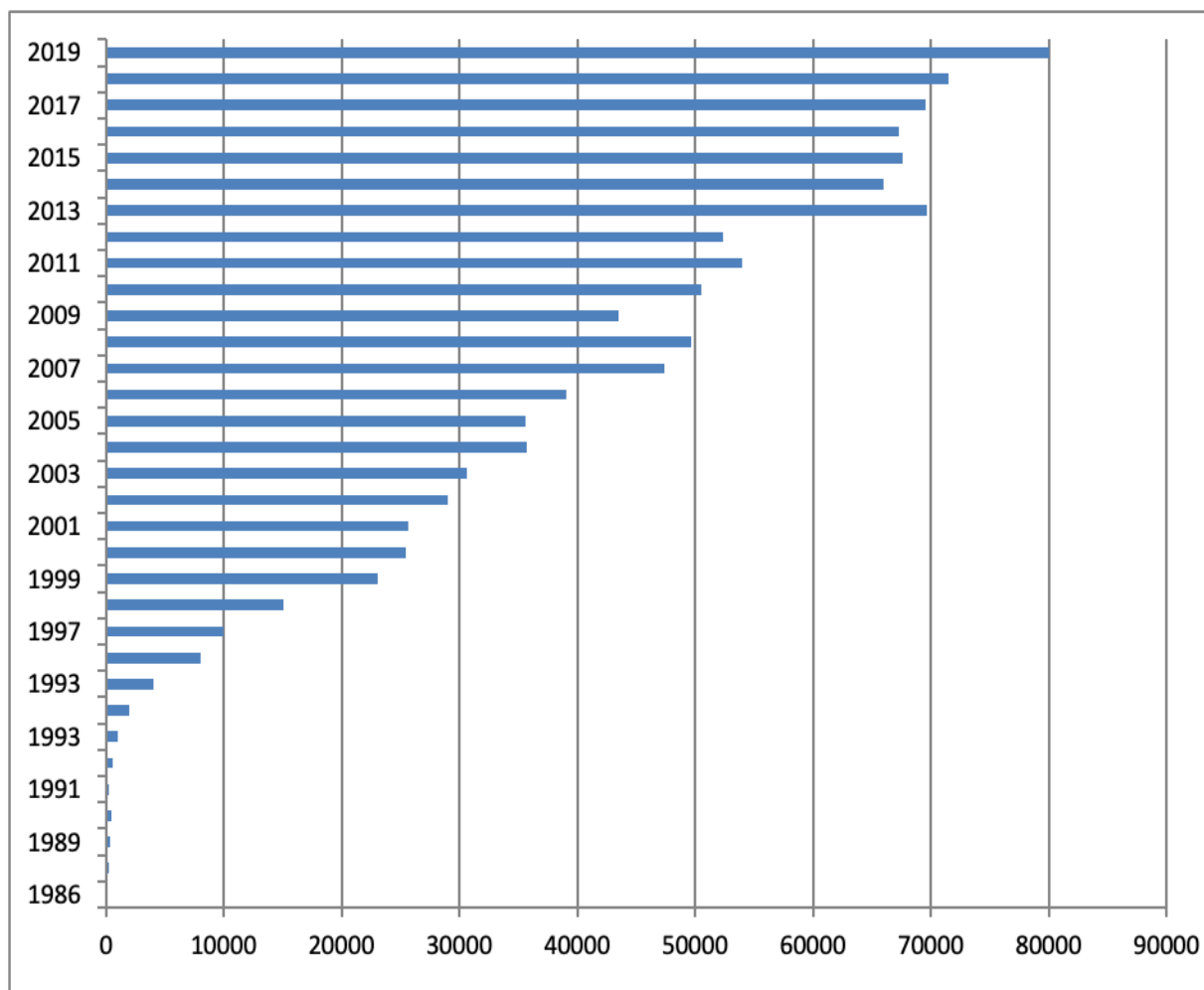


Рис. 29. Общее количество посетителей лэнд-арта фестиваля «Burning Man»

Фестивали-последователи «Burning Man» со временем появились не только на территории других штатов США, но и во многих странах мира: «Burning Seed» в Австралии [191], «Dragon Burn» в Китае [192], «Kiwiburn» в Новой Зеландии [193], «Land Art Mont-Saint-Hilaire» в Канаде [194], «Landart international festival» в Литве [195], «Land Art Camp Belarus» в Белоруссии [196], «Nowhere» в Испании [197]. Необходимо обратить внимание на то, что каждый такой фестиваль, с одной стороны, следует принципам, заложенным в основе

функционирования и управления фестиваля «Burning Man», а с другой стороны, имеет некоторые национальные отличия – универсальность позволяет участникам легко адаптироваться, а национальная оригинальность, как раз и привлекает посетителей из других стран, что и является задачей данного исследования.

Анализ популярности отечественных фестивалей ландшафтной скульптуры показал, что РФ пока не может похвастаться широкой известностью проводимых мероприятий на мировом рынке. Наиболее известен фестиваль ландшафтных арт-объектов «Архстояние» в парке «Никола-Ленивец» в Калужской области [94, 95, 128, 131, 166, 170].

В 1990-е годы прошлого века Никола-Ленивец был заброшенной деревней. В 1994 году здесь поселился московский художник Н.В.ПолиССкий, который создал первые, ставшие впоследствии знаменитыми художественные объекты из таких природных материалов как ветки и дерево: «Дровник» (2002), «Маяк на Угре» (2004). Со временем к Н.В. ПолиССкому примкнули единомышленники, заинтересованные в реализации собственных проектов в области лэнд-арта, и, начиная с 2006 года, на территории арт-парка каждый год проходит международный фестиваль ландшафтных объектов.

Максимальное количество посетителей фестиваля «Архстояние» составляет 10 000 человек, что в 8 раз уступает аналогичному показателю «Burning Man». Тем не менее, несмотря на общее неудовлетворительное развитие отечественных фестивалей ландшафтной скульптуры, в настоящее время можно утверждать, что в регионах РФ накоплен определенный опыт проведения подобных мероприятий в сфере современного искусства. В качестве доказательства можно сослаться на успешное проведение следующих акций, связанных с ландшафтной скульптурой в разных населенных пунктах России – «Лэнд-арт Сибири» Новосибирск, «Архилэнд» Нижний Новгород, Лэнд-арт фестиваль в селе Муслумово, Муслумовский район, Республика Татарстан.

Таким образом, можно констатировать, что в РФ имеется определенный потенциал для создания качественного и конкурентоспособного туристского продукта, основанного на проведении фестивалей ландшафтной скульптуры в четырех природно–климатических зонах для привлечения иностранных туристов. Как в мире, так и в России общество проявляет интерес к лэнд–арту, имеется ряд российских художников, обладающих успешным опытом по строительству арт–объектов в природных условиях, накоплен определенный опыт проведения отечественных фестивалей ландшафтной скульптуры, но для этого требуется государственная поддержка на федеральном уровне.

Выводы по второй главе

Обоснована структурная модель культурно–событийного туризма как туристской системы, из которой следует, что для успешного функционирования этой разновидности событийного туризма в регионах России необходимо одновременно привлекать специалистов в области культуры, туризма и событийных мероприятий, а также представителей государства, участвующих в управлении туризмом и культурой на федеральном уровне, уровне субъектов РФ и местного самоуправления.

Проведенное исследование показало, что «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», утвержденная распоряжением Правительства РФ в 2019 году, не позволяет в полной мере использовать потенциал как событийного туризма в целом, так и культурно–событийного туризма в частности, для развития отечественной туристской индустрии. Предложены рекомендации, в том числе основанные на позитивном опыте предыдущей стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года, позволяющие усилить роль событийных мероприятий в области культуры, которые целесообразно внести в качестве дополнений к новой стратегии до 2035 года в соответствии с существующей процедурой внесения изменений.

В результате проведенного исследования установлено, что перспективы привлечения иностранных туристов на выставки, признанных в мире

отечественных мастеров изобразительного искусства, достаточно ограничены. В связи с этим для развития культурно-событийного туризма в РФ и привлечения иностранных туристов предлагается ориентироваться на событийные мероприятия, связанные с различными видами современного изобразительного искусства. Подобная возможность подробно проанализирована на примере лэнд-арта, как одного из относительно молодых направлений современного искусства. Так, для увеличения потока иностранных туристов в регионы РФ целесообразно организовывать международные фестивали ландшафтной архитектуры, взяв за основу не только опыт, накопленный в Калужской области при проведении ежегодного фестиваля «Архстояние», но и принципы и правила функционирования фестиваля «Burning Man» в США, который является образцом для проведения подобных мероприятий в мире.

ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ КУЛЬТУРНО–СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РФ (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

3.1. Анализ мероприятий культурно-событийного туризма в Тульской области в контексте мирового опыта

Исследовательский интерес к международному независимому мультиформатному музыкальный фестивалю под открытым небом «Дикая мята» (Алексинский район, Тульская область) и к международному фестивалю фольклора и ремесел «Двенадцать ключей» (Веневский район, Тульская область), проявленный в рамках данного диссертационного исследования, объясняется возможностью сравнить эти акции с подобными мероприятиями за рубежом, и, в частности, с музыкальным фестивалем «Цвета Остравы» (Чехия) и с музыкальным представлением «Ночь на Карлштейне» (Чехия).

Ежегодный международный многожанровый музыкальный фестиваль под открытым небом «Colour of Ostrava» («Цвета Остравы»), который, начиная с 2002 года, проводится в Чехии в городе Острава, является примером культурно–событийного мероприятия, популярного в Восточной Европе. За прошедшее время мероприятие превратилось в серьезное явление не только музыкальной жизни Чехии, но и Европы в целом.

Необходимо обратить внимание на то, что место проведения акции полностью соответствует названию, так как фестиваль проходит постоянно в разных частях одного населенного пункта – города Остравы. На этапе зарождения культурной традиции в 2002 и 2003 годах мероприятие проводили непосредственно в центре города – в районе улицы Stodolní, (в выставочном центре «Černá louka» и в клубе «Boomerang»). После увеличения количества участников место проведения акции было перенесено: в 2004–2011 годах - в район Слезостравского замка, а с 2012 года фестиваль проходит в

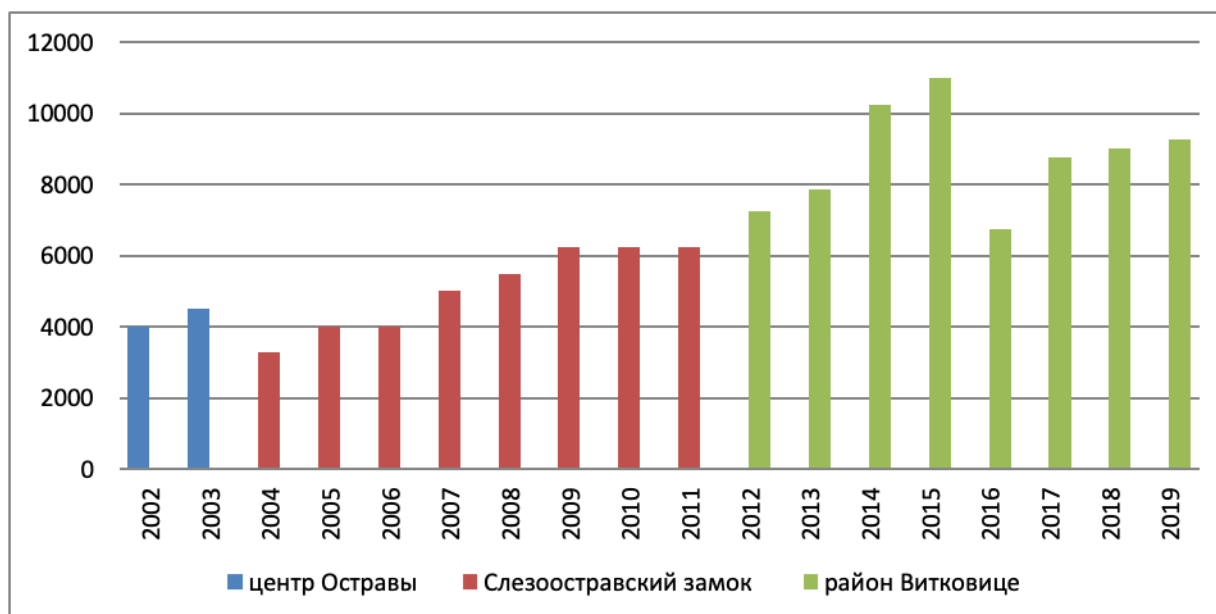
промышленной зоне национального культурного памятника Дольни область Витковице недалеко от центра Остравы.

Влияние остравского фестиваля на экономику региона в рамках диссертационного исследования было оценено на основе анализа опубликованных данных и информации, полученной непосредственно от организаторов фестиваля и, в частности, от Златы Холушовой (Zlata Holušová), управляющего директора компании «Color Production», являющейся организатором фестиваля (рис. 30–35) [185, 186, 187, 189, 198]

Количество посетителей музыкального фестиваля в Остраве и участвующих музыкальных групп видно из графиков представленных на рис. 30, 31.



a)



б)

Рис. 30. Общее количество посетителей (а) и среднее количество посетителей в течении 1 дня (б) музыкального фестиваля «Цвета Остравы» (Чехия)

Анализ данных показывает, что количество посетителей за последние 8 лет стабилизировалось на уровне 8000 участников в течение одного дня – это составляет примерно 32000 посетителей за четыре дня фестиваля. Можно утверждать, что именно на это количество туристов ориентировались организаторы культурно–событийного мероприятия при строительстве палаточного лагеря в 2020 году, общее количество палаток составило 4000 штук, что позволяет разместить одновременно 8000 человек при двухместном проживании. Можно утверждать, что, обеспечив такое количество мест в палаточном лагере, организаторы фестиваля гарантировали проживание пикового количества посетителей, что следует из представленного далее укрупненного расчета.

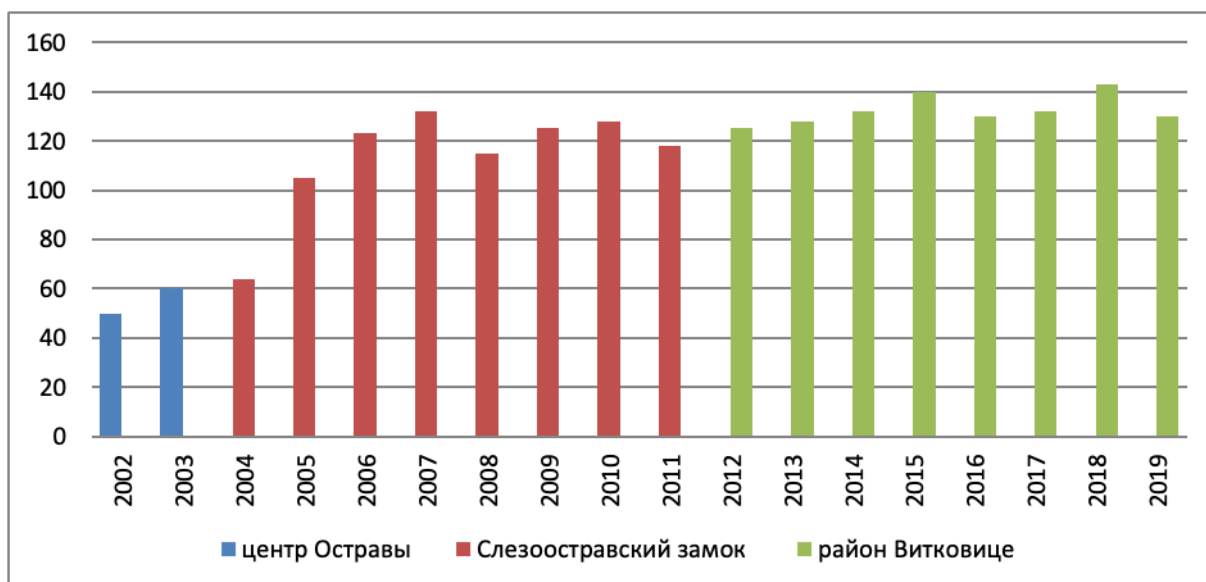
Так, по данным государственной организации Чехтуризм («CzechTourism»), представители которой проводили опрос, установлено, что треть участников фестиваля «Цвета Остравы» прибывает из–за пределов Чехии, треть - непосредственно из Остравы, треть - из Чехии, но из других городов [187]. Из этого следует, что максимальное количество посетителей, для

которых потребуется единовременное проживание, составляет примерно 5500 человек. С учетом того, что часть туристов предпочитает проживание в стационарных гостиницах и хостелах, то палаточный лагерь, рассчитанный на проживание 8000 человек, гарантированно снимет пиковую нагрузку, обусловленную неравномерностью посещения фестиваля в течение четырех дней.

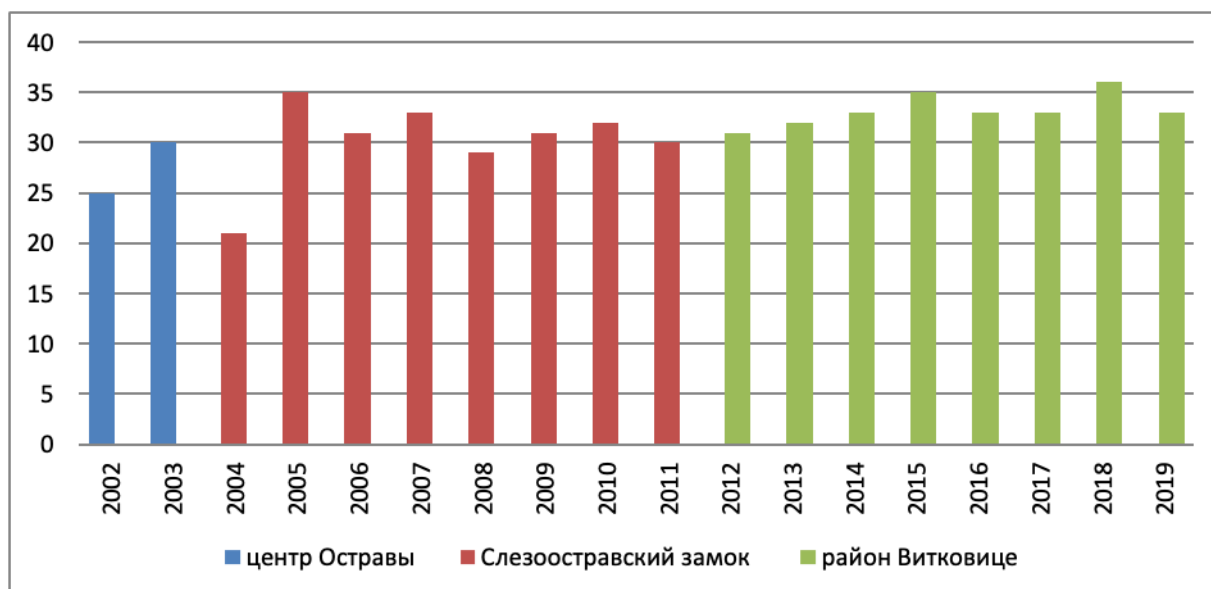
Анализ данных, представленных на рис. 31, показывает, что количество выступающих на фестивале «Цвета Остравы» (Чехия) стабилизировалось на уровне 32 музыкальных групп и исполнителей, выступающих в течение одного дня.

Представляет интерес оценить рентабельности инвестиций в проведения остравского музыкального фестиваля и экономическое воздействие данного культурно-событийного мероприятия на экономику региона.

Для определения рентабельности инвестиций (ROI) в проведения фестиваля «Цвета Остравы», был использован подход, предложенный в исследованиях О.В.Алексеевой и, в частности, в кандидатской диссертации «Событийный туризм как фактор социально–экономического развития региона» [3, 92, 93]. По мнению О.В. Алексеевой данный показатель наглядно иллюстрирует уровень доходности или убыточности проводимой акции, учитывая сумму инвестиций, вложенных в проведение мероприятия. Ноль соответствует безубыточности, а отрицательный показатель означает потерю инвестиций в той или иной мере.



а)



б)

Рис. 31. Общее количество (а) и среднее количество выступающих музыкальных групп в течение 1 дня (б) на фестивале «Цвета Остравы» (Чехия)

Рентабельность инвестиций в проведение музыкального фестиваля «Цвета Остравы», как культурно–событийного мероприятия, рассчитывали по следующей формуле [92, с. 17. 18]:

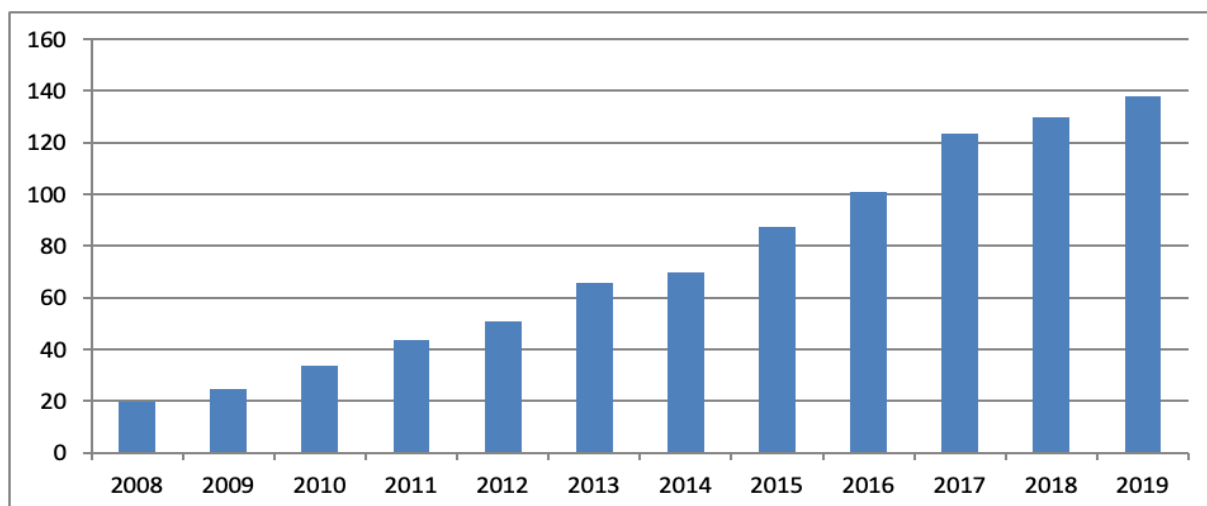
$$ROI = (GE - E) \div E$$

где:

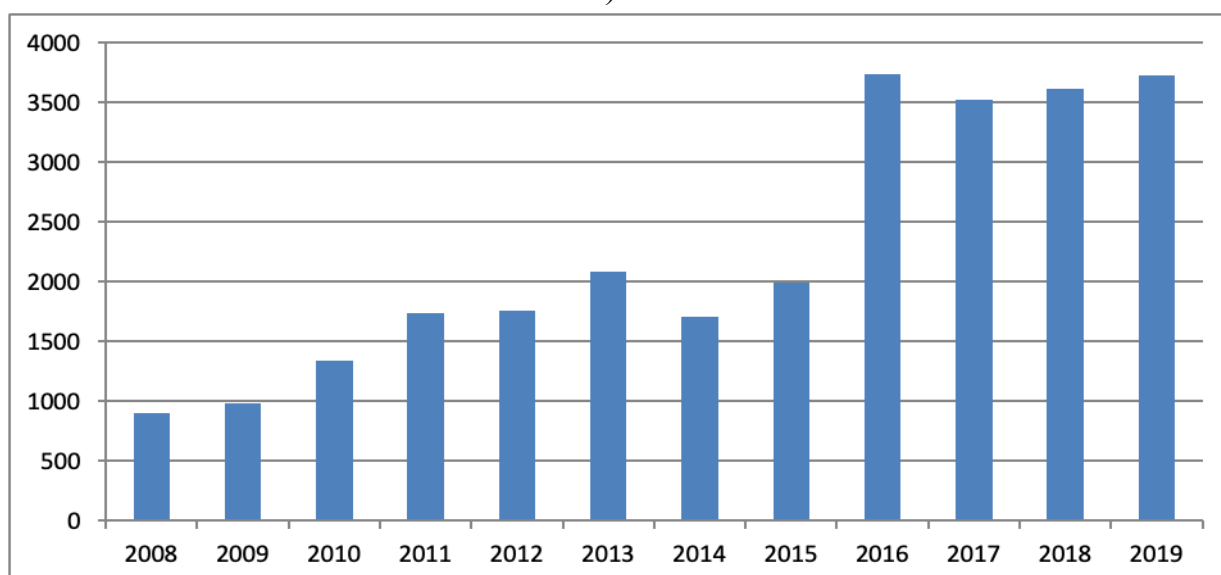
E – затраты организаторов фестиваля на проведение мероприятия;

GE – выручка организаторов фестиваля от проведения мероприятия.

Анализ информации о рентабельности инвестиций, представленной на рис. 34, показывает убыточность фестиваля в 2013 и 2015 годах. Убытки составили 633 000 крон в 2013 году и 452 000 крон в 2015 году. В целом можно утверждать, что рентабельность инвестиций в проведение фестиваля «Цвета Острова» является низкой, так как находится в пределах 0,02–0,11.



а)



б)

Рис. 32. Затраты организаторов фестиваля на проведение музыкального фестиваля «Цвета Острова» (Чехия) (а) – общие в млн. чешских кронах, (б) – на 1 зрителя в чешских кронах

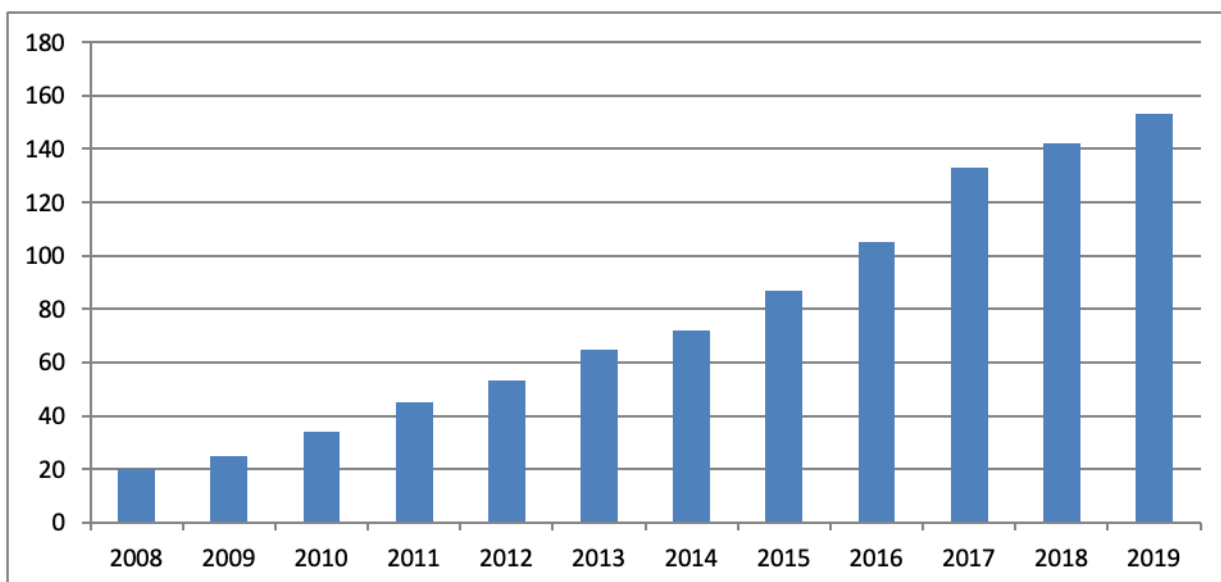


Рис. 33. Выручка в миллионах чешских крон, полученная организаторами фестиваля «Цвета Остравы» (Чехия)

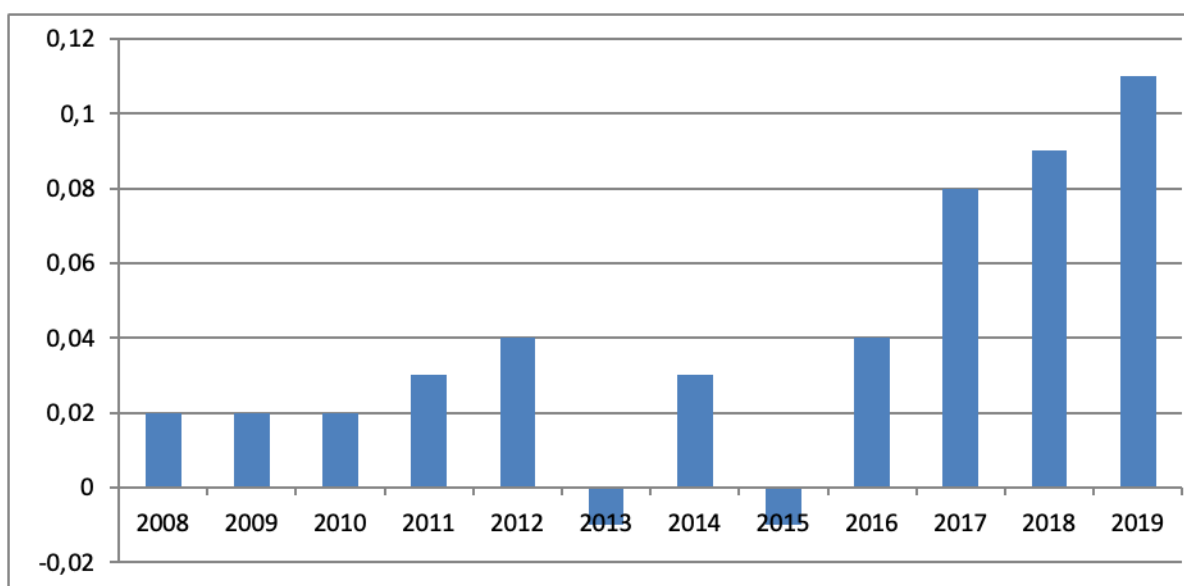


Рис. 34. Рентабельность инвестиций (ROI) в музыкальный фестиваль «Цвета Остравы» (Чехия)

С другой стороны, экономическое воздействие обсуждаемого культурно-событийного мероприятия на экономику региона достаточно велико. Основанием для такого утверждения может служить исследование, выполненное представителями государственного агентства «Чехтуризм» («CzechTourism») в 2017 году.

Действительно, проведенный в рамках фестиваля опрос, показал, что иностранный гость тратит в течение одного дня фестиваля примерно две тысячи чешских крон в день, в то время как отечественный посетитель тратит 806 крон [187]. Установлено, что организаторы и участники фестиваля потратили в Острове примерно 100 миллионов чешских крон за время подготовки и проведения обсуждаемого культурно–событийного мероприятия, что является существенным вкладом в экономику как города Остравы, так и целого остравского региона [187].

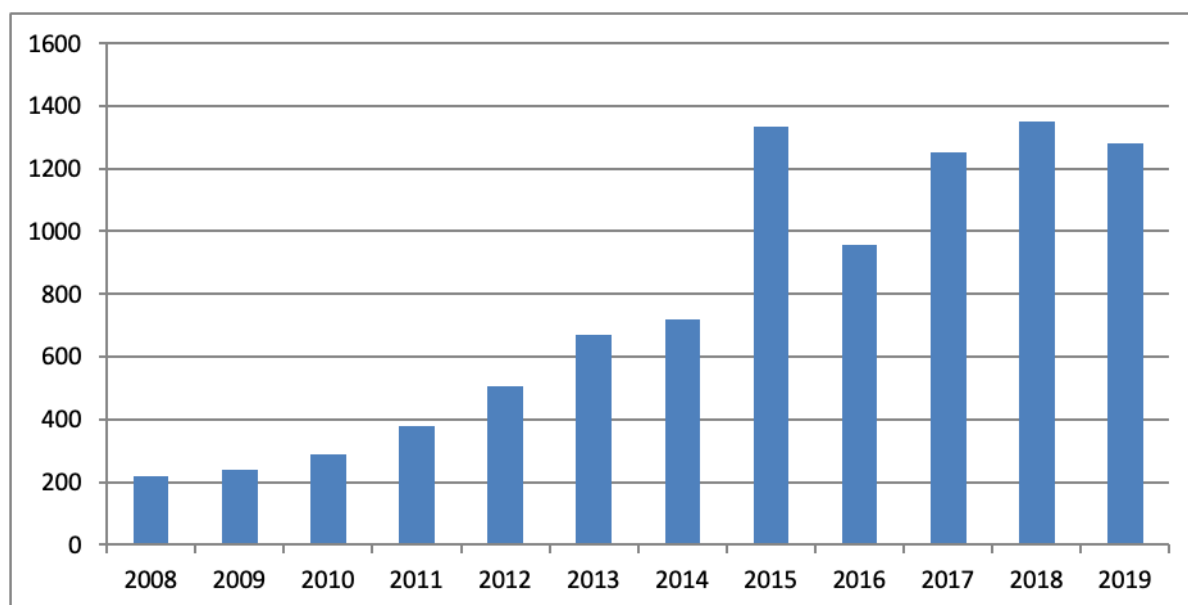


Рис. 35. Количество трудовых договоров с людьми, работающими на фестивале «Цвета Остравы» (Чехия) в течении всего года, в том числе и во время его проведения

Также увеличивается количество людей, которые работают на фестивале не только во время его проведения, но и в течение всего года. В 2008 году организаторы фестиваля оформили трудовые договора с 220 людьми, а в 2019 году уже с 1280 работниками (рис. 35) Анализ данных, представленных на рис. 35, показывает, что количество заключенных трудовых договоров за последние 5 лет стабилизировалось на отметке 1200 человек в течении одного года.

Именно по этим причинам муниципалитет города Остравы оказывал и оказывает непосредственную финансовую поддержку организаторам музыкального фестиваля, которая составила 5,7 миллиона чешских крон в 2015 году и 5,3 миллиона чешских крон в 2018 году. Остравский край так же не остается в стороне – вклад в доходную часть фестиваля от региона составил 1 миллион чешских крон в 2015 году и 2,1 миллиона чешских крон в 2018 году [198].

Следующее культурное мероприятие, которое было изучено в рамках данного диссертационного исследования, является ежегодное музыкальное представление, основанное на исполнении классической музыки под открытым небом, которое носит название «Ночь на Карлштейне». Такая культурная акция событийной направленности представляет повышенный интерес для изучения, так как организовывается и управляется администрацией муниципального образования, а анализ экономических аспектов проведения мероприятий подобного масштаба почти не встречается в литературе, посвященной событийным мероприятиям.

Карлштейн – небольшой городок с 861 жителем, образовался рядом со старинным замком, основанным Карлом IV примерно в 1348 году, который носит аналогичное название. Замок и населенный пункт возле него имеют крайне выгодное расположение с точки зрения туристики, так как находятся на расстоянии всего 28 км от Праги (1 300 000 жителей) – столицы Чехии и на расстоянии 14 км от города Бероуна (20 000 жителей). Ежегодно примерно 300 000 людей посещают замок для того, чтобы ознакомиться с со старинной резиденцией чешских королей.

Организаторами и инвесторами культурно-событийного мероприятия «Ночь на Карлштейне» является администрация муниципального образования Карлштейн. Экономические показатели ежегодного музыкального представления возле замка Карлштейн были оценены на основе анализа информации, полученной непосредственно от организатора акции – старосты населенного пункта Карлштейн Януса Сидовского (Janis Sidovský), а также на

основе собственных исследований автора данной диссертации в 2016–2019 годах [109, 117]. Общее количество посетителей музыкальной акции, начиная с 2016 года по 2019 год, и ежегодные затраты администрации муниципального образования на проведение музыкального представления «Ночь на Карлштейне» представлены на рис. 36, 37.

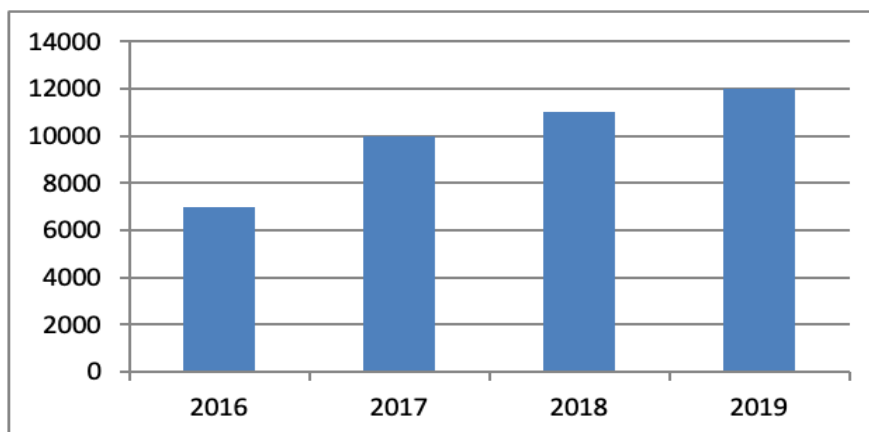
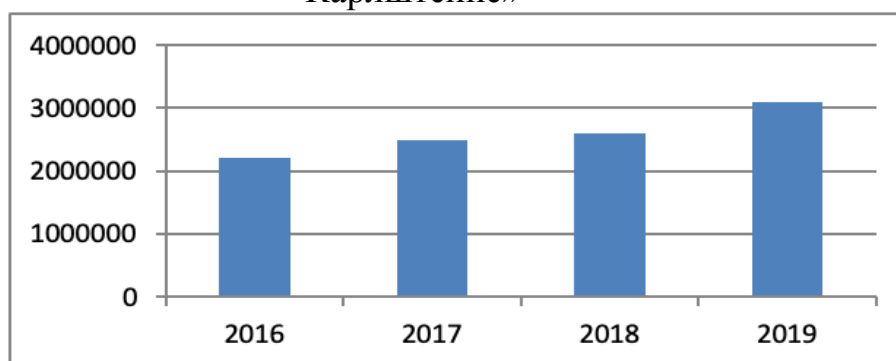
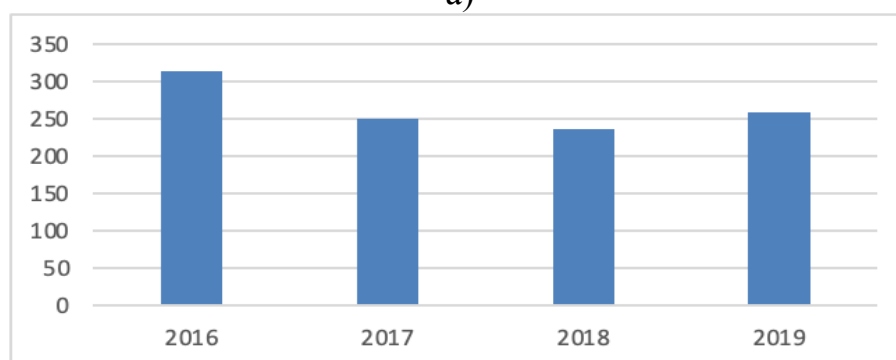


Рис. 36. Общее количество посетителей музыкального представления «Ночь на Карлштейне»



а)



б)

Рис. 37. Затраты администрации муниципального образования Карлштейн на проведение музыкального представления «Ночь на Карлштейне»: а) – общие в чешских кронах; б) – на 1 зрителя в чешских кронах.

Оценку музыкального представления осуществляли определением рентабельности инвестиций (ROI) в проведение данного культурно–событийного мероприятия в соответствии с методикой, апробированной в исследованиях О.В.Алексеевой и, в частности, в кандидатской диссертации «Событийный туризм как фактор социально–экономического развития региона» [3, 92, 93].

Для расчета рентабельности инвестиций (ROI) за четыре года проведения музыкального представления, основанного на классической музыке (2016–2019) была определена валовая прибыль (GM), принесенная туристами в экономику региона в связи с посещением музыкального представления «Ночь на Карлштейне» посредством социологического опроса. Использование валовой прибыли вместо выручки, связано с тем, что по мнению О.В. Алексеевой, именно этот показатель наглядно показывает воздействие событийного мероприятия на экономику региона [93].

Рентабельность инвестиций в проведение музыкального фестиваля «Цвета Остравы», как культурно–событийного мероприятия, рассчитывали по формуле, предложенной О.В. Алексеевой [92, с. 17. 18]

Количество опрошенных туристов (размер выборки) составляло каждый раз примерно 1000 посетителей, что соответствовало 9–14% от ежегодного количества посетивших музыкальный фестиваль в 2016–2019 годах. С учетом специфики проведения акции «Ночь на Карлштейне» при определении валовой прибыли от событийного мероприятия учитывали средние расходы посетителей на входной билет, проживание, питание, на сувениры, на экскурсии, связанные с посещением замка Карлштейн. Расчет валовой прибыли проводили по методике предложенной О.В. Алексеевой [93]:

$$GM = TEa + TEd + TEs + TEe$$

где:

GM – валовая прибыль;

TEa – средние расходы туристов на проживание;

TEd – средние расходы туристов на питание;

TEs – средние расходы туристов на сувениры;

TEe – средние расходы туристов на экскурсии (посещение замка Карлштейн).

Средние расходы туристов на проживание определяли по следующей формуле [93]:

$$TEa = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i * m * v$$

где:

x – сумма рублей, потраченная одним туристом на проживание;

n – количество опрошенных туристов в ходе социологического исследования;

m – общее количество туристов посетившее мероприятие;

v – вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии.

Аналогичным способом рассчитывали средние расходы туристов на питание, сувениры и экскурсии.

Вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии определяли по формуле [93]:

$$V = \frac{l}{n} * 100\%$$

где:

v – вероятность покупки той или иной услуги/товара;

l – количество опрошенных туристов, которые воспользовались той или иной услугой/товаром;

n – количество опрошенных туристов в ходе социологического опроса.

Результаты расчета валовой прибыли от проведения музыкального представления «Ночь на Карлштейне» и рентабельности инвестиций в это культурно–событийное мероприятие по методике, предложенной О.В.Алексеевой, представлены на рис. 38, 39.

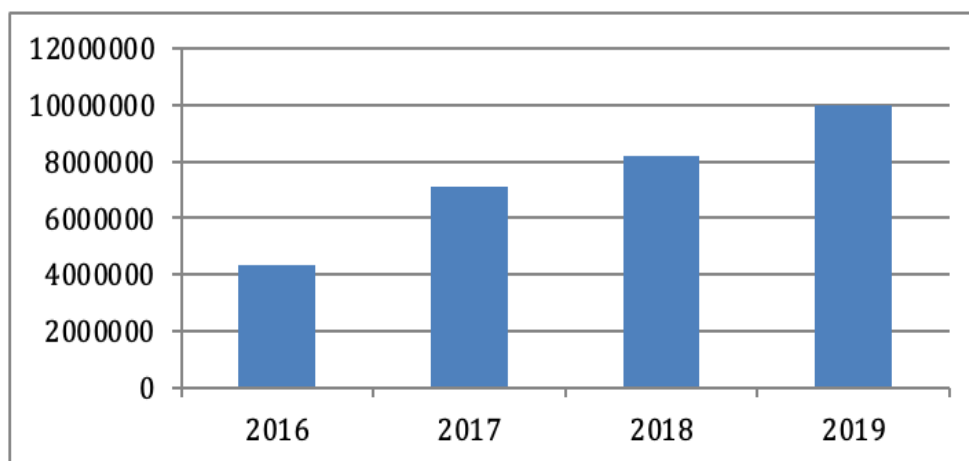


Рис. 38. Валовая прибыль в чешских кронах от проведения музыкального представления «Ночь на Карлштейне»

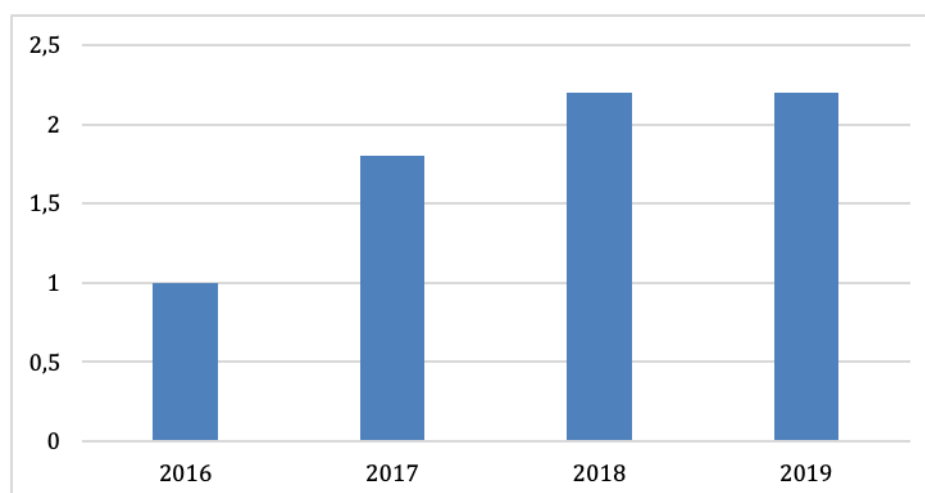


Рис. 39. Рентабельность инвестиций (ROI) в музыкальное представление «Ночь на Карлштейне»

Полученные показатели, а именно рентабельность инвестиций (ROI), находится в пределах 1–2,2, свидетельствуют о том, что вложения, осуществляемые администрацией муниципального образования Карлштейн в проведении музыкального представления «Ночь на Карлштейне», полностью себя окупают. Можно утверждать, что подобное, правильно организованное культурно-событийное мероприятие на уровне муниципального образования способствует экономическому развитию региона. Пункты питания и места проживания, расположенные по близости с местом проведения обсуждаемой культурной акции событийного характера, полностью загружены.

Оценивая особенность управления культурно–событийным мероприятием «Ночь на Карлштейне», необходимо обратить внимание на две важные особенности. Первая заключается в том, что изначальная стратегия проведения акции, которая нашла свое отражение в названии, основана на осознанном стремлении организаторов увеличить количество посетителей, остающихся ночевать рядом с местом проведения акции. Таким образом, устроители стремятся увеличить туристские расходы, которые вливаются в экономику региона, что подтверждает заряженность устроителей на достижение окупаемости проводимого мероприятия.

Вторая важная особенность связана с характером продвижения туристского продукта. Вызывает удивление, но реклама обсуждаемой акции осуществляется организаторами только при помощи социальных сетей – никаких других затрат на маркетинг устроители не несут. При этом данные опроса свидетельствуют о том, что 98% посетителей музыкального представления не являются жителями Карлштейна. Можно с уверенностью утверждать, что подавляющее большинство туристов, приехавших на проводимое мероприятие, являются жителями Праги. Расстояние в 28 км между Карлштейном и Прагой делает комфортным посещение музыкального представления. Наличие в близкой доступности мегаполиса с численностью 1 300 000 жителей оправдывает нежелание устроителей инвестировать дополнительные денежные средства в рекламную кампанию для привлечения дополнительных туристов. Объяснение необычной ситуации состоит в том, что организаторов акции и, в частности, старосту населенного пункта Карлштейн Януса Сидовского (Janis Sidovský), вполне устраивает имеющееся количество посетителей – возможности проживания и обслуживания исчерпаны при общей численности посетителей 10 000 – 12 000 человек. Такой вывод староста сделал по результатам опроса гостиниц и других мест проживания, а также пунктов питания в тринадцати населенных пунктах, расположенных поблизости от Карлштейна. Все возможности проживания и питания использованы на 100% примерно при 10 000 посетителей. Увеличение общей численности туристов

приведет к проблемам с питанием, при этом увеличится количество, желающих переночевать рядом с местом проведения культурной акции и туристы столкнутся с проблемой отсутствия свободных мест в местах потенциального проживания.

Кроме этого, существует отдельная и очень серьезная причина, препятствующая расширению количества посетителей музыкального представления «Ночь на Карлштейне» – местные жители отрицательно относятся к проведению подобных массовых акций. По их мнению, это увеличивает негативное влияние на экологию и существенно изменяет ход жизни общества в дни проведения музыкального представления. К сожалению, можно констатировать, что жители Карлштейна не желают жертвовать собственным спокойствием даже в течение одного дня ради усиления экономического развития региона.

Проведенный анализ показывает серьезность отношения в мире к культурным мероприятиям событийной направленности как на региональном, так и на муниципальном уровнях.

Ежегодный фестиваль «Дикая мята», организатором которого выступает компания «J-group», начали проводить в России с 2008 года. Место проведения менялось несколько раз – Москва принимала фестиваль в течении 3 лет (2008–2010), в Калужской области фестиваль проходил 4 года (2011–2014) и, наконец, Тульская область (Алексинский район, село Бунырево) является хозяйкой этого культурно–событийного мероприятия уже в течении 5 лет (2015–2019). Действительно, начиная с 2015 года, фестиваль проводят даже не в небольшом городе Алексин Тульской области, в котором проживает 57 000 жителей и который является центром Алексинского района, а рядом с селом Бунырево, расположенном в 6 км от города Алексина и в 52 км от города Тулы на берегах рек Вашана и Ока, в котором проживает всего 390 жителей.

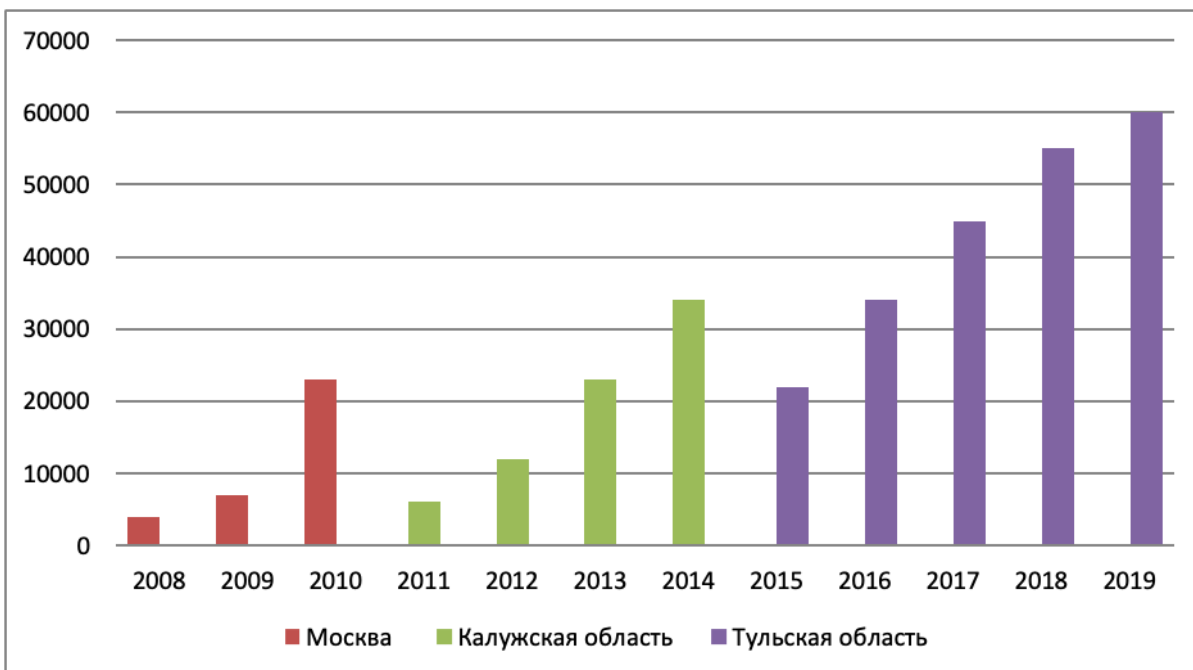
Можно предположить, что дальнейшей перемены места проведения «Дикой мяты» не предвидится – косвенно об этом свидетельствует следующий факт – продюсер фестиваля Андрей Клюкин после фестиваля 2019 года, заявил

о желании выкупить земельный участок, на котором пять лет проходил фестиваль [112].

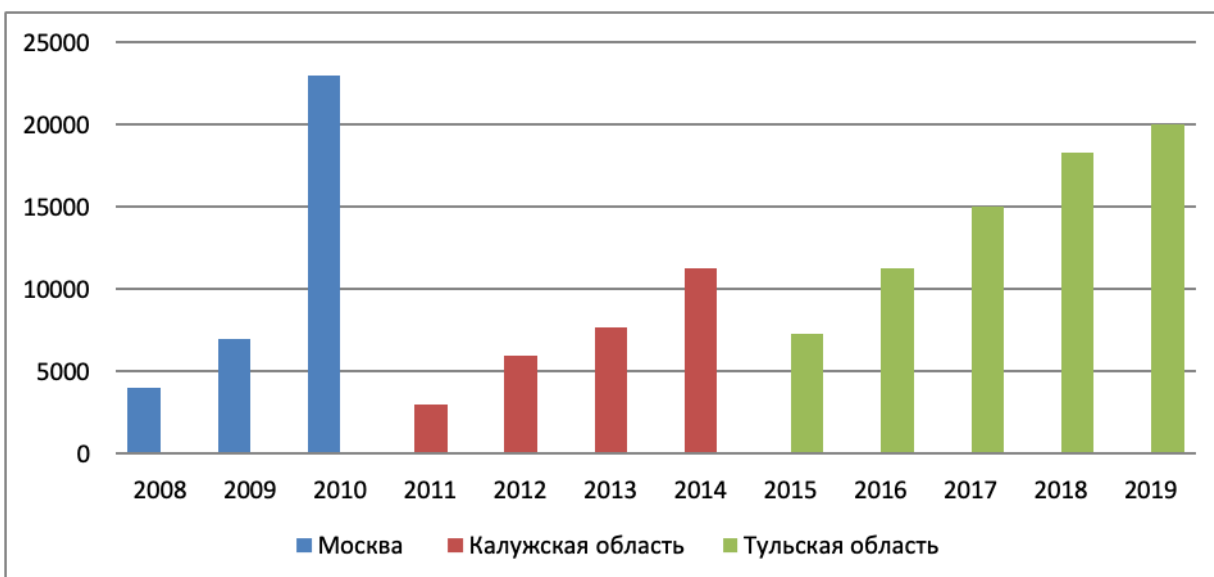
За прошедшее время мероприятие превратилось в серьезное явление культурной жизни не только Тульской области, но и Российской Федерации. Рост количества посетителей и участвующих музыкальных групп виден из графиков представленных на рис. 40, 41. Представляет интерес оценить рентабельность инвестиций в проведение музыкального фестиваля «Дикая мята» и экономическое воздействие данного культурно–событийного мероприятия на экономику региона.

Экономические показатели культурной акции в Тульской области были оценены на основе анализа опубликованных данных и информации, полученной от организаторов фестиваля и, в частности, от генерального продюсера фестиваля «Дикая мята» Андрея Клюкина, одновременно являющегося генеральным директором компании «J-group», которая отвечает за проведение фестиваля (рис. 42–45) [108, 112, 124, 132, 146].

Для определения рентабельности инвестиций (ROI) в проведение фестиваля «Дикая мята» в Алексинском районе Тульской области, был использован подход, предложенный в исследованиях О.В. Алексеевой и, в частности, в кандидатской диссертации «Событийный туризм как фактор социально–экономического развития региона» [3, 92, 93]. По мнению О.В. Алексеевой данный показатель наглядно иллюстрирует уровень доходности или убыточности проводимой акции, учитывая сумму инвестиций, вложенных в проведение мероприятия



а)

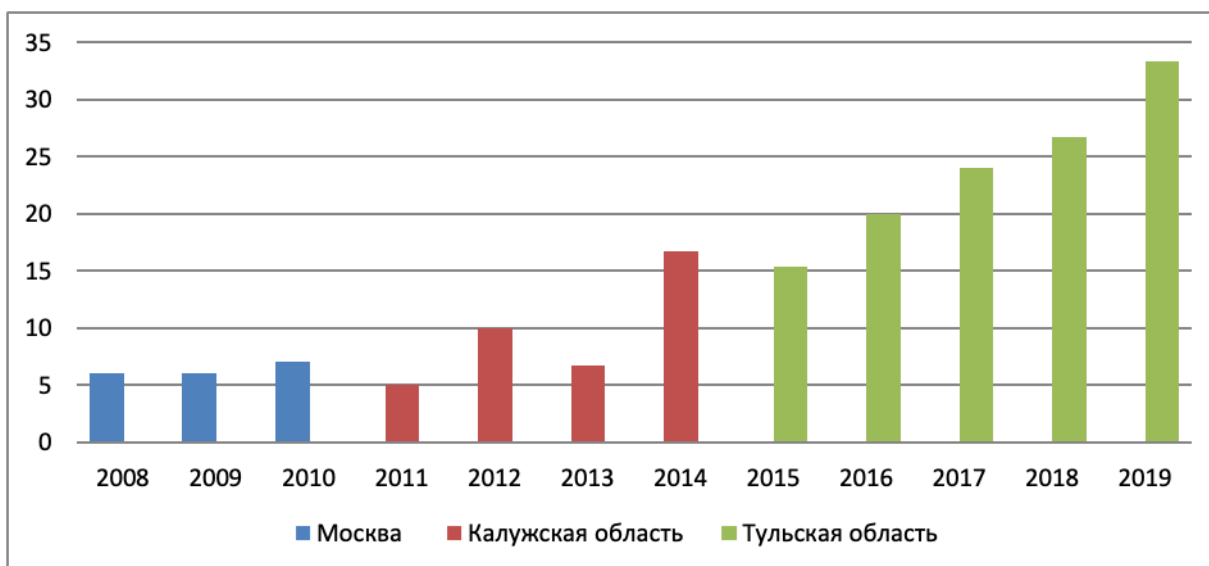


б)

Рис. 40. Общее количество посетителей (а) и среднее количество посетителей за 1 день музыкального фестиваля «Дикая мята»



а)



б)

Рис. 41. Общее количество (а) и среднее количество выступающих музыкальных групп в течении 1 дня (б) на фестивале «Дикая мята»

Рентабельность инвестиций в проведение музыкального фестиваля «Дикая мята», как культурно–событийного мероприятия, рассчитывали по формуле, предложенной О.В. Алексеевой [92, с. 17. 18]:

Выручку (GE) фестиваля «Дикая мята» оценивали на основании информации от организаторов фестиваля и, в частности, от Андрея Ключкина, который проинформировал о следующем соотношении источников дохода [108]:

50% — продажа билетов;

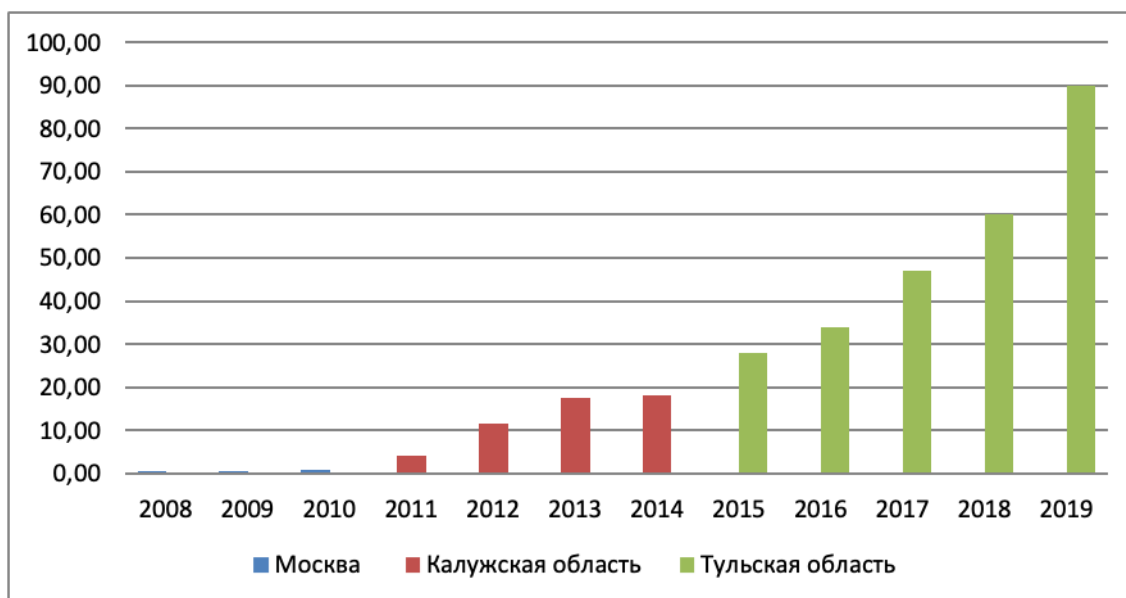
40% — коммерческие партнеры фестиваля;

10% — сдающиеся в аренду точки питания и торговли.

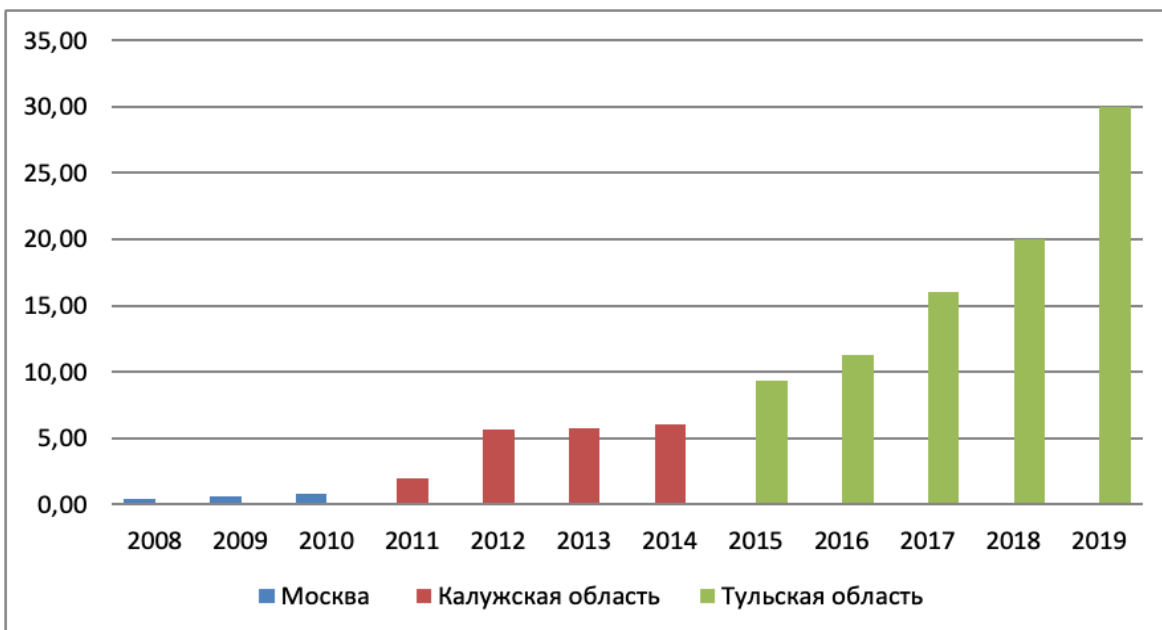
Среди коммерческих партнеров фестиваля — бренды Volkswagen, Тинькофф Банк, Glo и Мегафон [108].



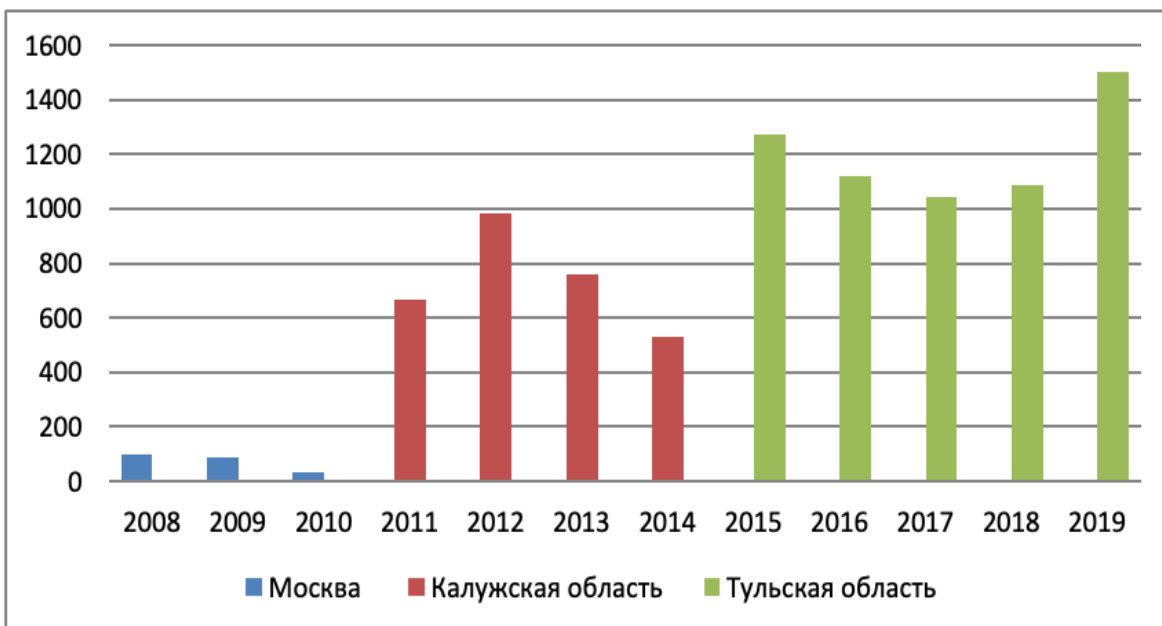
Рис. 42. Средняя цена билета в рублях на посещение одного дня фестиваля «Дикая мята»



а)



б)



в)

Рис. 43. Затраты организаторов фестиваля на проведение музыкального фестиваля «Дикая мята» (а) – общие в млн. рублей, (б) – на 1 день фестиваля в млн. рублей, (в) – на 1 зрителя в рублях

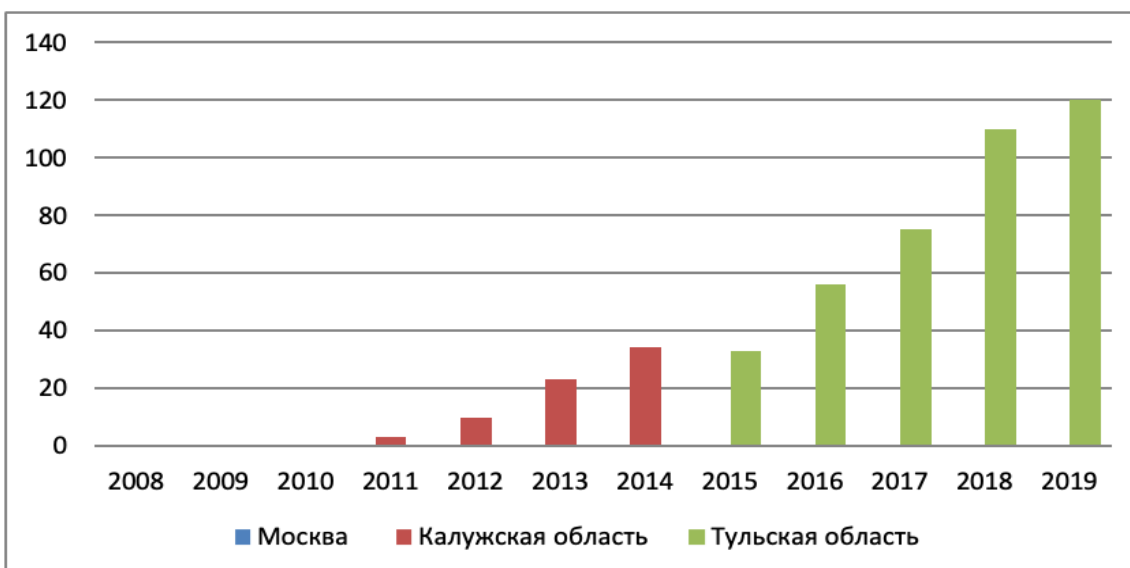


Рис. 44. Выручка в миллионах рублей, полученная организаторами фестиваля «Дикая мята»

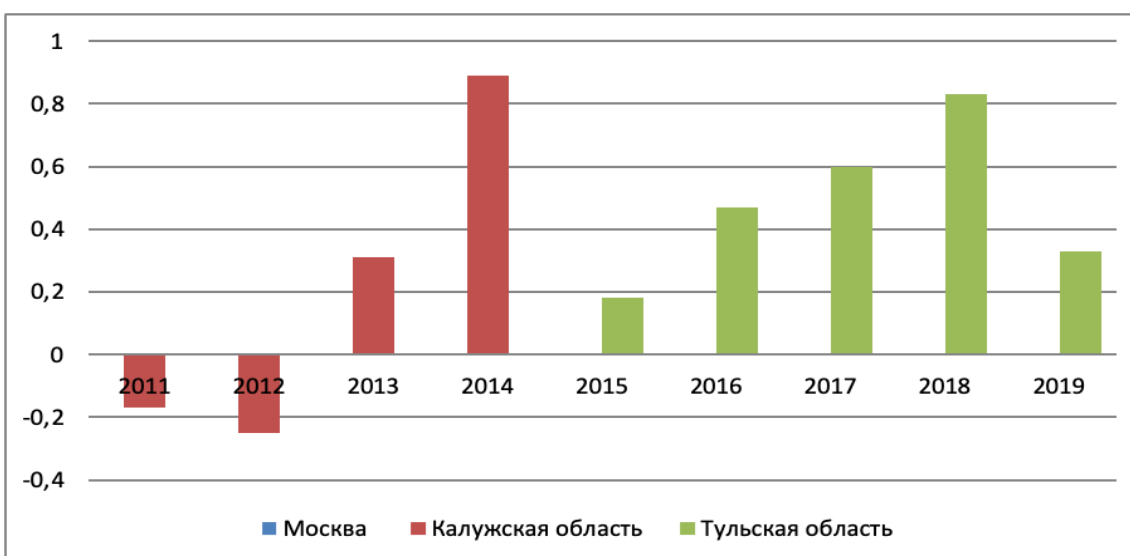


Рис. 45. Рентабельность инвестиций (ROI) в музыкальный фестиваль «Дикая мята»

Представляет практический интерес сравнить по различным показателям между собой два музыкальных фестиваля на открытом воздухе – «Дикая мята», который проводится рядом с селом Бунырево Алексинского района Тульской

области, и «Цвета Острavy», который нашел свое постоянное место в городе Острава в Чехии.

Не вызывает сомнений то, что отечественные музыкальные группы и исполнители, участвующие в фестивале «Дикая мята», не уступают по уровню музыкального качества выступающим на остравской сцене – на обоих культурно–событийных мероприятиях музыканты исполняют только живую музыку, не используют фонограммы и дарят зрителям неподдельные эмоции.

Количество музыкальных групп и исполнителей, выступающих в течение одного дня на фестивале в Тульской области в 2019 году составило 33, и тем самым стало соответствовать среднему количеству выступающих на фестивале «Цвета Острavy», которое за последние 15 лет стабилизировалось на уровне 32 музыкальных групп и исполнителей, выступающих в течении одного дня. Качество звука, оформления сцен, бытовые условия и комфорт проживания участников фестиваля в палаточном лагере, качество еды, возможность посещения культурной акции с детьми, развлекательные мероприятия в течение фестиваля в Тульской области ни в чем не уступают аналогичному мероприятию в Чехии. Именно по этой причине фестиваль «Дикая Мята» является единственным российским опен-эйр, признанным Европейской ассоциацией фестивалей.

Необходимо подчеркнуть, что рентабельность инвестиций (ROI) в проведение фестиваля «Цвета Острavy» является низкой и находится в пределах 0,04–0,11, рентабельность инвестиций в проведение фестиваля «Дикая мята» является более высокой, находится в пределах 0,33–0,83, что в среднем в 7 раз превышает рентабельность инвестиций фестиваля в Чехии, которая была определена в разделе 1.3 данного исследования (рис. 46).



Рис. 46. Сравнение рентабельности инвестиций (ROI) в музыкальные фестивали «Дикая мята» (Россия) и «Цвета Острavy» (Чехия)

Однако, сравнительный анализ показал, что проведение фестиваля непосредственно на территории города Острavy с числом жителей 290 000 человек имеет определенное преимущество перед подобным мероприятием в 6 километрах от районного города Алексин с населением 58 000 человек. Участники музыкальной акции в Остраве имеют большой диапазон возможностей по проживанию – развернутый палаточный лагерь с одной стороны и развитая сеть гостиниц и хостелов в непосредственной близости от места проведения концертов, с другой стороны, позволяет удовлетворить разнообразные запросы потенциальных посетителей и гарантирует комфортную среду.

Участники фестиваля в Тульской области, так же как и в Остраве, имеют возможность проживания в палаточном городке в соответствии с европейскими стандартами, но обеспечить качественное проживание гостей фестиваля в более цивилизованных условиях не всегда возможно. Количество качественных гостиниц, хостелов как непосредственно в Алексине, так и в Алексинском районе ограничено. Расположение гостиниц и хостелов по отношению к месту

проведения отечественного фестиваля, не может сравниться с близостью к месту проведения концертов на фестивале в Острове.

Необходимо обратить внимание на существенную разницу между двумя музыкальными фестивалями с точки зрения экономического воздействия обсуждаемых культурно–событийных мероприятий на экономику регионов.

Опросы, проводимые во время проведения фестивалей под открытым небом, показали следующее:

– 86% участников фестиваля «Дикая мята» прибывают из–за пределов Тульской области, а 14% посетителей постоянно проживает в Тульской области.

– 66% участников фестиваля «Цвета Острavy» прибывают из–за пределов Острavского края, а 34% посетителей постоянно проживает в Острavском крае.

На первый взгляд такое соотношение выгоднее для Тульской области с точки зрения экономического воздействия обсуждаемого культурно–событийного мероприятия на экономику региона, чем для Острavского края. В определенной степени справедливо утверждение генерального продюсера отечественного фестиваля Андрей Ключина: «В дни проведения "Дикой мяты" все гостиницы в радиусе 40 километров от фестиваля забронированы, местные предприниматели очень довольны, а налоги пополняют бюджет» [5]. Однако, необходимо обратить внимание на следующее:

1) Компания «J Group», являющаяся одним из крупнейших компаний–производителей фестивалей в России и отвечающая за проведение фестиваля «Дикая мята», не относится к налогоплательщикам Тульской области, в отличие от компании «Color Production» – организатора фестиваля «Цвета Острavy», которая пополняет бюджет Острavского края.

2) Местоположение фестиваля в Чехии предполагает то, что все средства, которые тратят его участники, остаются на территории Острavского края, что можно отнести к российскому музыкальному мероприятию только отчасти. Например, работающие на фестивале «Дикая мята» точки питания представлены в подавляющем большинстве московскими компаниями, которые

приезжают в Алексинский район Тульской области только на время проведения фестиваля и платят налоги в городе Москве и Московской области.

Необходимо напомнить, что организаторы и участники чешского фестиваля тратят в Острове примерно 100 миллионов чешских крон за время подготовки и проведения обсуждаемого культурно–событийного мероприятия, что является существенным вкладом не только в экономику города Острavy, но и региона в целом [187].

Исходя из выявленных особенностей экономического влияния фестивалей на экономику регионов выглядит логичным то, что и муниципалитет города Острavy, и Остравский край оказывает прямую финансовую поддержку фестивалю «Цвета Острavy», в то время как Тульская область и Алексинский район от такой поддержки фестивалю «Дикая мята» воздерживаются.

Тем не менее, наблюдается определенное сотрудничество региональной администрации с организаторами отечественного музыкального фестиваля под открытым небом. Андрей Клюкин сообщил об этом следующем: «Мы в постоянном и плотном контакте с администрацией Тульской области. За три дня через наше поле проходят 70 000 зрителей – понятно, что тут нужна совместная работа с МВД, МЧС, Министерством здравоохранения, Роспотребнадзором, Санэпидстанцией и не только. Каждая структура должна дать свое добро на проведение, но, в конце концов, это и есть их работа.

Нам реально помогают даже в тех вопросах, в которых могли бы и не помогать. Денег не выделяют, но такую помощь за деньги и не купить: дают транспорт на случай дождя, скидки на административное жилье для персонала, иницируют совещания, на которых присутствуют все службы региона, и так далее» [108].

Оценивая особенности управления музыкальным фестивалем «Дикая мята» как культурно–событийным мероприятием, необходимо обратить внимание на мощную рекламу обсуждаемой акции, которая осуществляется организаторами не только при помощи социальных сетей, но и через разнообразные средства массовой информации. Так перед открытием

фестиваля в 2019 году «журналисты выпустили более 70 публикаций, в том числе в «Ведомостях», «Снобе», «Коммерсанте» и т. п. Благодаря публикациям в СМИ и социальных сетях удалось охватить в общей сложности 60 млн пользователей» [124].

Завершая обсуждение фестиваля «Дикая мята» необходимо вспомнить, что в 2020 году данное мероприятие культурно–событийной направленности не проводилось из–за эпидемии коронавируса. В связи с этим представляет практический интерес оценить перспективы проведения музыкальных фестивалей под открытым небом в будущем в контексте сложной эпидемиологической обстановки.

При исследовании будущего фестивалей под открытым небом представляется целесообразным разделить две самостоятельные проблемы – выживание музыкальных фестивалей, не состоявшихся летом 2020 года из–за COVID-19 и востребованность культурно–событийных мероприятий этого типа в целом.

Действительно, организаторы фестивалей столкнулись с небывалыми трудностями из–за официального запрета на массовые мероприятия в связи с эпидемиологической обстановкой. Сложившуюся ситуацию Андрей Клюкин, генеральный продюсер фестиваля «Дикая мята», описал следующим образом: «Я в восторге от наших зрителей: огромное им спасибо за то, что не кинулись массово сдавать билеты на фестиваль, оставив их как пропуск на будущее, а может и на память. Ведь мы, в свою очередь, оплатили невозвратные визы, билеты музыкантам, которые должны были выступать на фестивале, было много других расходов, связанных с организацией – те же услуги художников, рисовавших проекты сцен, зарплаты людей, работающих в команде. Я очень боялся, что мы обанкротимся, но публика нас спасла: по билетам было всего 18 возвратов из нескольких тысяч» [146].

Организаторы фестиваля запустили интернет–канал с записями музыкальных программ артистов, которые планировали выступать летом 2020 года в Тульской области, чтобы как-то компенсировать потенциальным

участникам фестиваля дефицит живых концертов – проект собрал более миллиона просмотров. Таким образом, можно утверждать, что пандемия дала мощный толчок развитию онлайн-индустрии и этот импульс сохранится в будущем, но подобная вынужденная мера, по мнению Андрея Клюкина, не способна заменить эмоции и ощущения от живой музыки: «Я верю в VR-индустрию. В итоге люди будут просто сидеть и работать головой, получать удовольствие — от еды до секса, не выходя из капсулы виртуальной реальности. Не думаю, что это какая-то деградация. Просто другая форма. Как когда-то был театр, потом появилось кино... Это просто будет новым инструментом человечества, которым оно будет активно пользоваться. Не более того» [146].

На самом деле востребованность музыкальных мероприятий под открытым воздухом, связанная с этим романтика проживания в палаточном лагере, стремление общаться с единомышленниками несомненно останется в обществе и после пандемии. Таким образом, имеются основания для того, чтобы данная индустрия туризма возродилась в прежних масштабах, но скорость восстановления будет зависеть от результатов вакцинации от COVID-19. Можно утверждать, что пандемия нанесла сильнейший, но не смертельный удар по индустрии культурно-событийных мероприятий в области музыкального искусства.

Исходя из публикации ЮНВТО о культурном и событийном туризме, мировое обращение к культуре по средствам виртуального доступа в период пандемии COVID-19 достигло беспрецедентного уровня. Несмотря на все проблемы, секторы туризма и культуры сталкиваются с возможностью налаживания новых партнерских отношений и сотрудничества. В сотрудничестве с международными партнерами ЮНВТО подготовили рекомендации для поддержки и развития культурного туризма, воздействующего на социально-экономический фактор. Данные рекомендации могут быть применимы и для культурно-событийного туризма.

Подводя итоги исследования особенностей музыкального фестиваля «Дикая мята» на открытом воздухе, проводимого в Тульской области, можно констатировать, что в целом отечественный фестиваль соответствует международному уровню, приносит прибыль организаторам, оказывает позитивное влияние на экономику Алексинского района и является позитивным примером организации культурно–событийных мероприятий в регионах России. Целесообразно отдельно выделить современное маркетинговое продвижение туристского продукта – благодаря публикациям в СМИ и в социальных сетях удалось охватить в общей сложности 60 млн пользователей более. Единственным существенным замечанием к организаторам культурной акции является пожелание предотвратить «утечку денежных средств» в терминологии О.В.Алексеевой и усилить экономическое воздействие обсуждаемого культурно-событийного мероприятия на региональную экономику, что возможно осуществить за счет уплаты налогов от деятельности, связанной с проведением фестиваля в Тульской области, а не в городе Москве, и за счет большего привлечения местных компаний к оказанию услуг, и прежде всего в области питания для участников фестиваля [93].

Следующее регулярное культурное мероприятие, проводимое в Тульской области, которое было изучено в рамках данного диссертационного исследования, носит название международный фестиваль фольклора и ремесел «Двенадцать ключей». Такая культурная акция событийной направленности представляет двойной интерес для изучения, так как, с одной стороны, относится к муниципальному уровню, а анализ экономических аспектов проведения мероприятий подобного масштаба муниципальными образованиями почти не встречается в туристской литературе. С другой стороны, существует возможность сравнить эту акцию на открытом воздухе с подобными мероприятиями за рубежом, в частности с музыкальным представлением «Ночь на Карлштейне» в Чехии, которое также проводится силами муниципального образования, и дать сравнительную оценку российскому опыту проведения подобных мероприятий.

Международный фестиваль фольклора и ремесел «Двенадцать ключей» проходит ежегодно, начиная с 2007 года, под открытым небом в деревне Свиридово, которая находится в двух километрах от города Венева, Веневского района Тульской области. Город Венева, в котором проживает 14 000 жителей, является центром Веневского района Тульской области и расположен на расстоянии 52 километров от областного центра города Тулы (475 000 жителей). Для гостей в день проведения фестиваля организовываются различные мастер–классы, интерактивные площадки, игровые зоны.

В разные годы в фестивале принимали участие коллективы, увлеченные славянской народной культурой из Архангельской, Белгородской, Воронежской, Московской, Орловской, Тамбовской и Тульской областей, городов Белгорода, Владимира, Воронежа, Липецка, Москвы, Мценска, Орла, Твери, Тулы, а также гости из Белоруссии, Индии, Сербии и Украины.

Динамика общего количества посетителей обсуждаемого мероприятия, проходящего в течении одного дня, представлена на рис. 47. Посещение фестиваля «Двенадцать ключей» бесплатное, но начиная с 2018 года для выступающих музыкальных коллективов, впервые за годы своего существования, введен организационный взнос, который в 2020 году составил 2000 рублей.

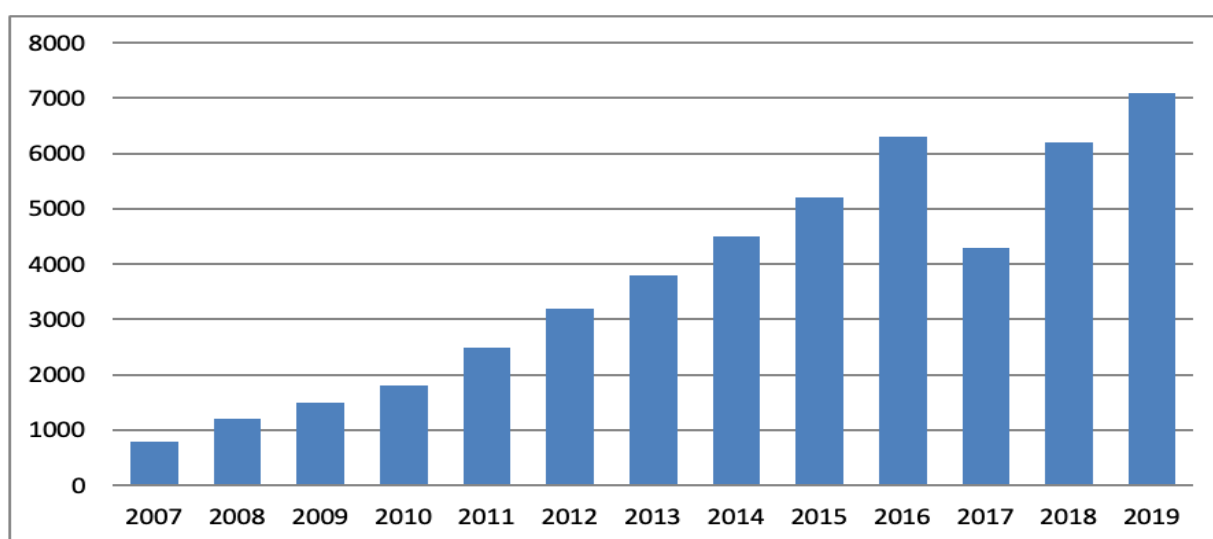
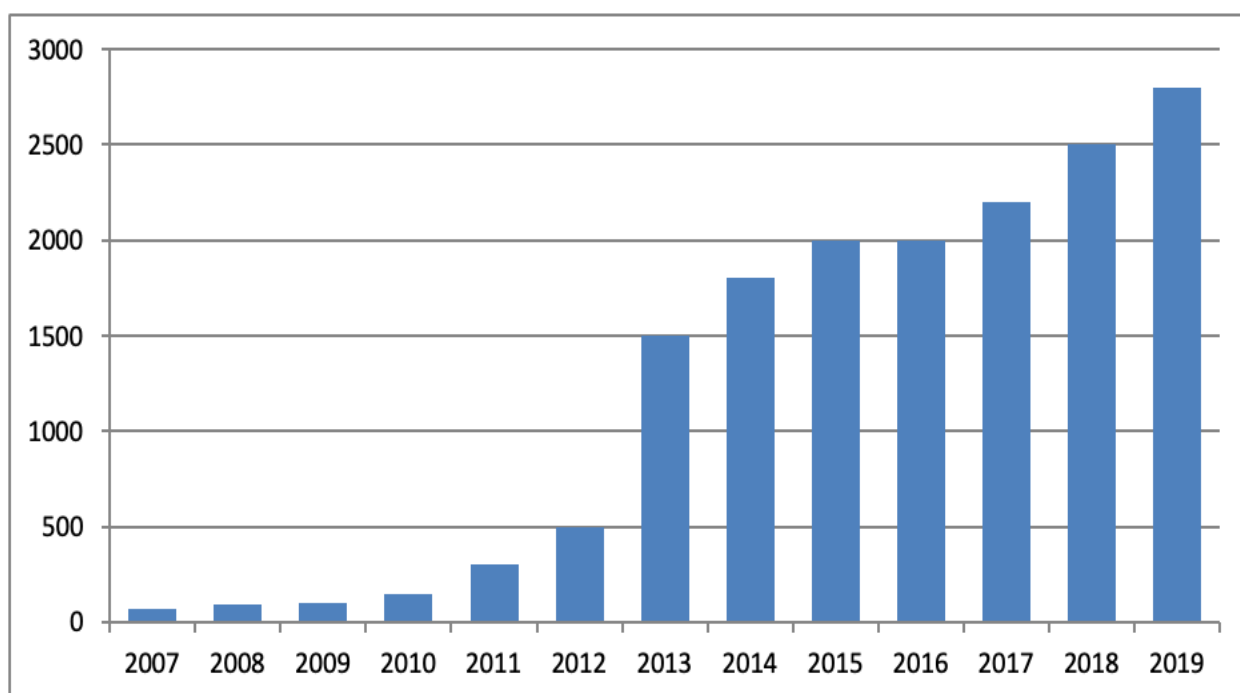
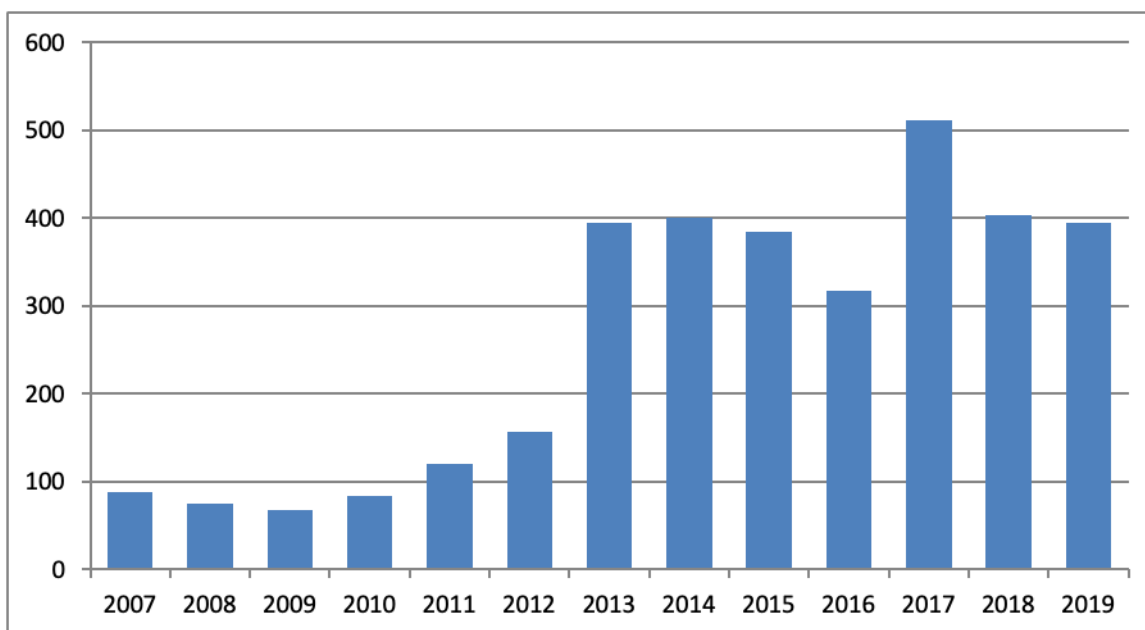


Рис. 47. Общее количество посетителей фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей»

Финансирование фестиваля «Двенадцать ключей» осуществляется как из бюджета муниципального образования «Веневский район» Тульской области, так и непосредственно из бюджета Тульской области. Организацией фольклорного фестиваля занимаются сотрудники отдела по культуре администрации муниципального образования «Веневский район», а с января 2019 года эта обязанность возложена непосредственно на «Туристско-информационный центр города Венёва», который является составной частью данного отдела. Экономические показатели фестиваля в городе Веневе были оценены на основе анализа опубликованной информации, а также данных, полученных непосредственно от организаторов фестиваля, в частности, от заведующего «Туристско-информационного центра города Венёва» Махеля Дениса Александровича, а также на основе собственных исследований автора данной диссертации проведенных в 2016–2019 годах (рис. 47–50) [167].



a)



б)

Рис. 48. Затраты организаторов на проведение фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей»: а) – общие (на 1 день фестиваля) в тыс. рублей; б) – на 1 зрителя в рублях.

Оценку фольклорного фестиваля осуществляли определением рентабельности инвестиций (ROI) в проведение культурно–событийного мероприятия в соответствии с методикой, апробированной в исследованиях О.В. Алексеевой и, в частности, в кандидатской диссертации «Событийный туризм как фактор социально–экономического развития региона» [3, 92, 93].

Для расчета рентабельности инвестиций (ROI) за четыре последних года проведения фестиваля (2016–2019) посредством социологического опроса была определена валовая прибыль (GM), принесенная туристами в регион при посещении музыкального фестиваля в Веневском районе Тульской области [93]. Использование валовой прибыли вместо выручки связано с тем, что по мнению О.В. Алексеевой, именно этот показатель наглядно показывает воздействие событийного мероприятия на экономику региона [93].

Количество опрошенных туристов (размер выборки) составлял примерно 700 посетителей, что соответствовало 10–16% от общего количества посетивших музыкальный фестиваль в 2016–2019 годах. С учетом специфики

проведения фестиваля «Двенадцать ключей» в формуле расчета валовой прибыли данного событийного мероприятия учитывали средние расходы посетителей на проживание, питание, на сувениры, аттракционы и на муниципальный транспорт по аналогии с методикой исследования музыкального представления «Ночь на Карлштейне», примененной в разделе 1.3 данного диссертационного исследования. Были учтены организационные взносы, которые сделали выступающие музыкальные коллективы. Результаты определения валовой прибыли от проведения фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей» и рентабельности инвестиций в это культурно-событийное мероприятие представлены на рис. 49, 50.

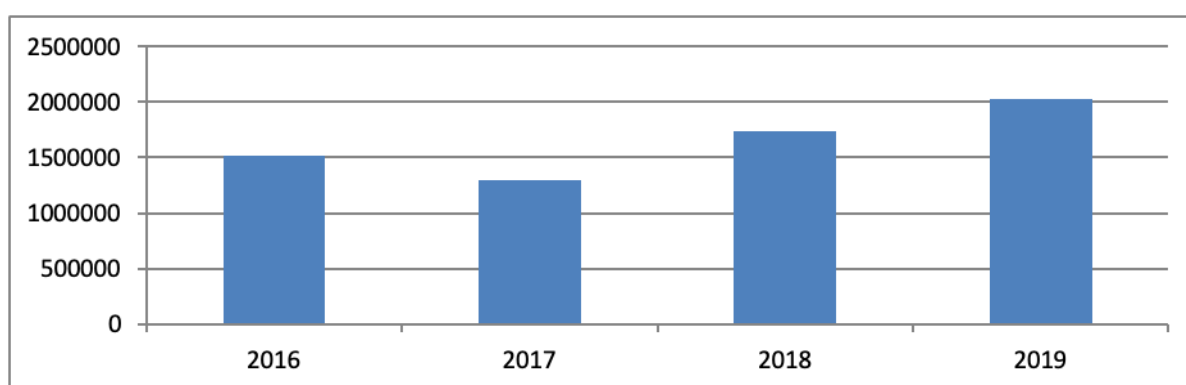


Рис. 49. Валовая прибыль в рублях от проведения фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей»

Анализ результатов определения рентабельности инвестиций (ROI) в проведение фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей» показал, что инвестиции не окупаются – мероприятие приносит убытки муниципальному образованию «Веневский район» и Тульской области (рис. 50). Сравнительный анализ рентабельности инвестиций в фольклорный фестиваль «Двенадцать ключей» (Россия) и в музыкальное представление «Ночь на Карлштейне» (Чехия) показал принципиальное различие – мероприятие в Чехии полностью окупается, акция в Веневском районе Тульской области убыточна (рис. 51). Тем не менее необходимо обратить внимание на то, что в Веневском районе Тульской области за тринадцать лет проведения фестиваля накоплен

определенный опыт, который необходимо использовать, и по этой причине целесообразно продолжить проведение фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей», но добиться при этом окупаемости осуществленных инвестиций.

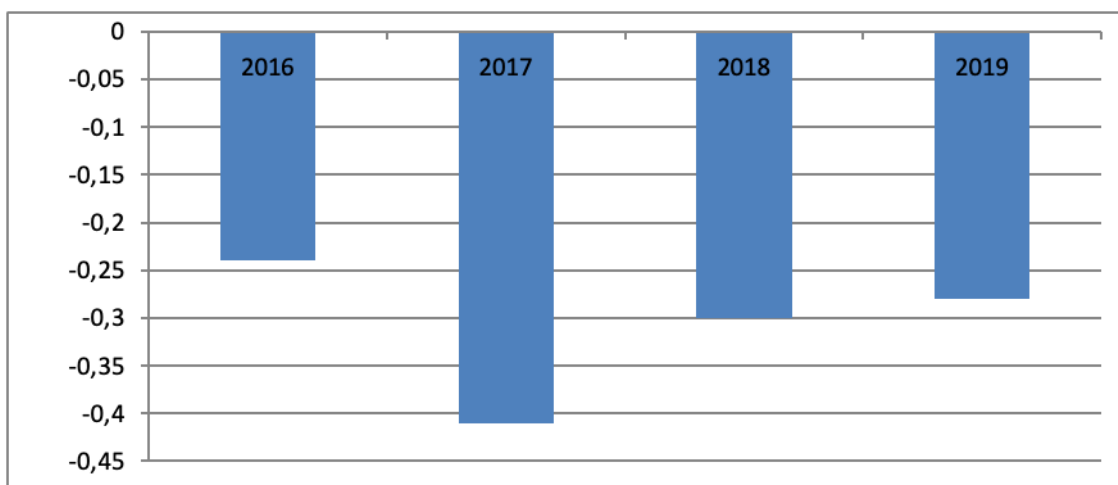


Рис. 50. Рентабельность инвестиций (ROI) в фольклорный фестиваль «Двенадцать ключей»



Рис. 51. Сравнение рентабельности инвестиций (ROI) в фольклорный фестиваль «Двенадцать ключей» (Россия) и в музыкальное представление «Ночь на Карлштейне» (Чехия)

3.2. Методические рекомендации по развитию культурно–событийного туризма на региональном уровне

Одним из препятствий для увеличения количества мероприятий культурно–событийной направленности на региональном уровне в настоящее время, является отсутствие методических рекомендаций по управлению развитием этого вида туристской деятельности. Действительно, в литературе имеются только общие методические подходы по распространению событийного туризма на региональном уровне [94., 42], создана методика по развитию такой разновидности специализированного туризма, как спортивно–событийный туризм [33], однако, отсутствует комплекс научно–обоснованных рекомендаций, которые могли бы способствовать развитию культурно–событийного туризма в регионах РФ.

В связи с тем, что в настоящее время перед законодательными и исполнительными органами власти субъектов РФ стоит задача по созданию индустрии культурно–событийного туризма в рамках проводимого диссертационного исследования осуществлена разработка научно–обоснованных рекомендаций, которые способны помочь региональной власти в ее практической деятельности в обозначенном направлении. Разработанные методические рекомендации необходимы для осознанного принятия конкретных управленческих решений, способствующих развитию культурно–событийного туризма на определенной территории, и предполагают:

- разработку модели взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности;
- создание алгоритма, позволяющий унифицировать создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионах РФ;
- разработку алгоритма создания регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности.

Обозначенная последовательность разработки методических рекомендаций обоснована логикой развития индустрии культурно–событийного

туризма в субъектах РФ. Действительно, еще перед началом принятия управленческих решений необходимо четко представлять взаимодействие органов власти при подготовке событийных мероприятий культурной направленности. При создании соответствующей модели в проводимом диссертационном исследовании были учтены не только результаты теоретических исследований, но главным образом накопленный практический опыт.

Так, был принят во внимание существующий опыт взаимодействия региональных и муниципальных органов власти при организации такого событийного мероприятия культурной направленности, как фольклорный фестиваль «Двенадцать ключей», который проводится ежегодно в Веневском районе Тульской области (рис. 52).

Инициатором проведения культурной акции в обсуждаемом случае выступает муниципальное учреждение культуры «Межпоселенческий культурно-досуговый центр» Веневского района, который согласовывает акцию с такими вышестоящими организациями муниципального уровня, как отдел по культуре комитета администрации муниципального образования (АМО) Веневский район, комитет по социальным вопросам АМО Веневский район и, в качестве завершающего этапа на муниципальном уровне, с главой АМО Веневский район (рис. 52).

Администрация муниципального образования Веневский район выходит с инициативой проведения фольклорного фестиваля в правительство Тульской области. Планируемое мероприятие согласовывается с отделами департамента культуры и с комитетом по развитию туристской деятельности.

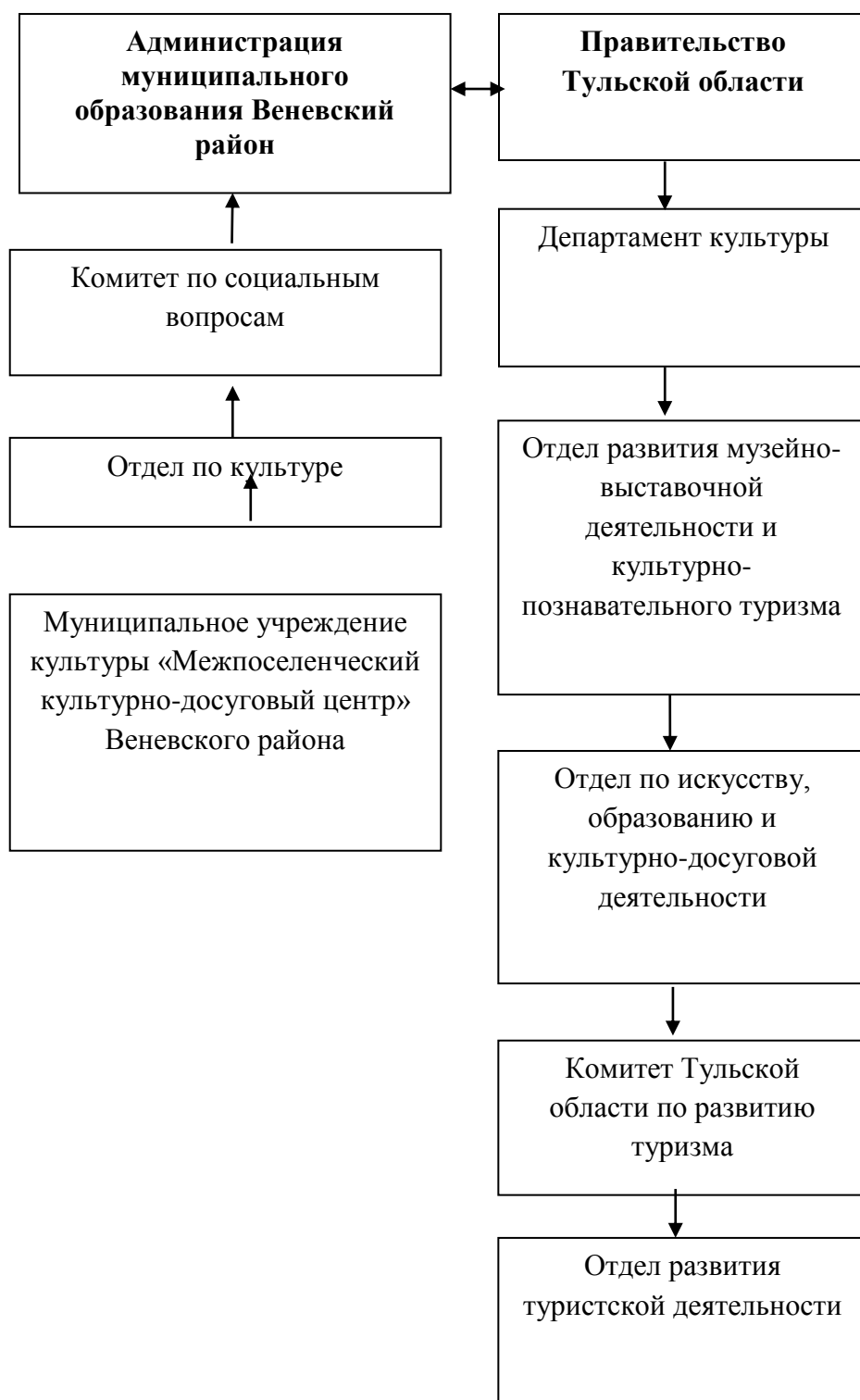


Рис. 52. Существующая схема взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей» в Веневском районе Тульской области

Можно утверждать, что существующая схема взаимодействия органов власти регионального и муниципального уровней, отображенная на рис. 52,

доказала в целом свою работоспособность при проведении ежегодного фольклорного фестиваля «Двенадцать ключей» в Веневском районе Тульской области и может быть использована для создания обобщенной модели взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности, представленной на рис. 53.

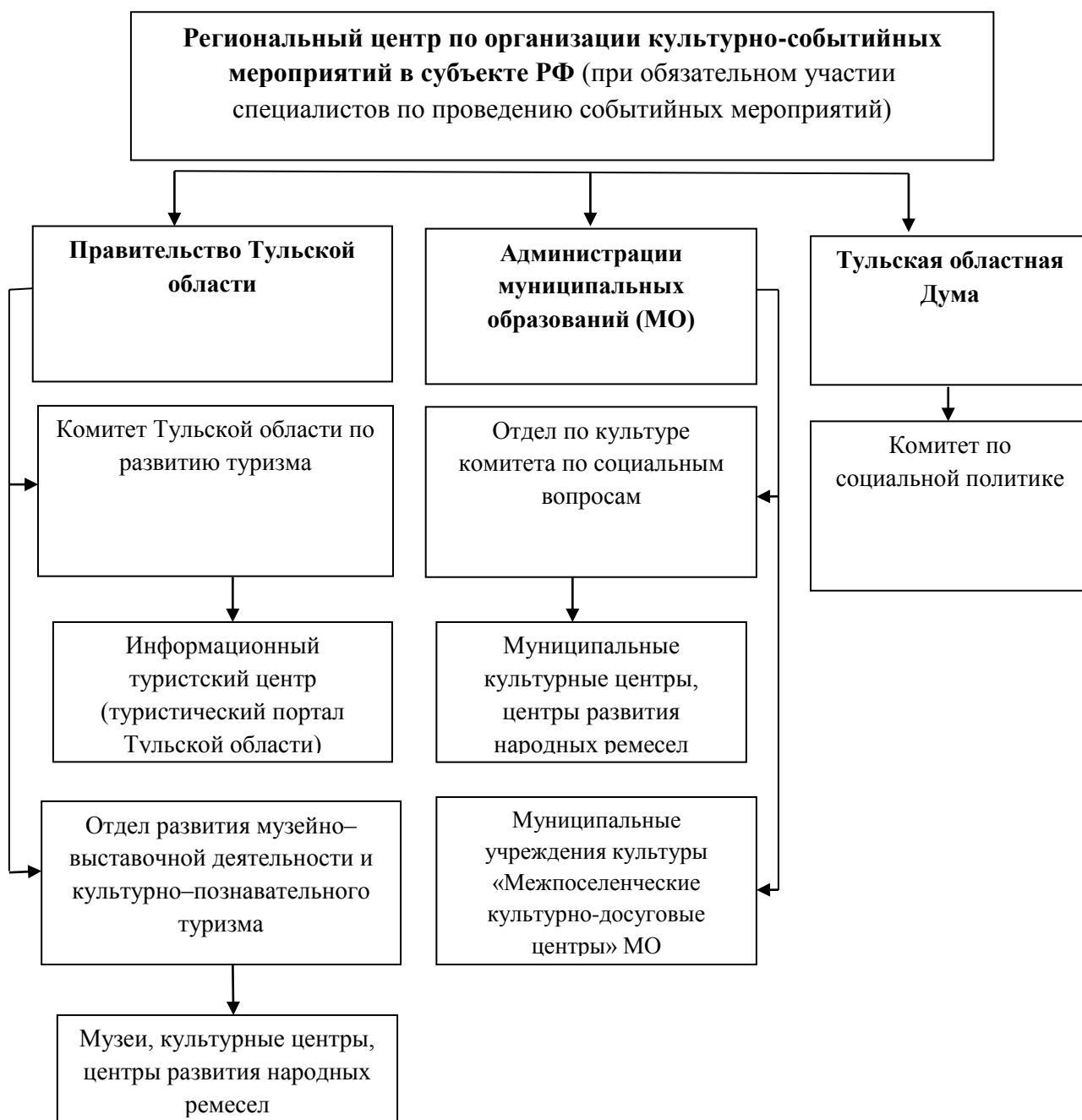


Рис. 53. Предлагаемая модель взаимодействия органов власти Тульской области при подготовке событийных мероприятий культурной направленности

Необходимо обратить отдельное внимание на то, что предлагаемая модель учитывает роль региональной законодательной власти при подготовке событийных мероприятий культурной направленности (рис. 53). Действительно, учтена роль представителей законодательного органа субъекта РФ, в частности комитета, отвечающего за социальную политику в регионе, в сферу ответственности которого входят вопросы, связанные с культурой и туризмом. Выделенным качеством предлагаемая модель выгодно отличается, например, от варианта, предложенного О.В. Алексеевой [3], в которой имеется принципиальный недостаток, заключающийся в том, что законодательная власть субъекта РФ не принимает участия в подготовке культурно–событийных мероприятий. Данная ситуация не соответствует действительности, так как в субъектах РФ региональные законодательные органы власти принимают активное участие как в управлении туристской индустрией в целом, так и в поддержке конкретных событийных мероприятий культурной направленности в частности [114–116].

Следующим важным отличием предлагаемой модели взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности заключается в обязательном присутствии специалистов по проведению событийных мероприятий, в составе регионального центра по организации культурно-событийных мероприятий в субъекте РФ, что следует из структурной модели культурно–событийного туризма, как туристской системы (рис. 26).

Продолжая работу над созданием методических рекомендаций по развитию культурно–событийного туризма в российских регионах необходимо обратить внимание на то, что важнейшим шагом исполнительной региональной власти должно быть управленческое решение, связанное с возложением обязанностей по развитию туристской деятельности культурной направленности событийного характера на определенную организацию.

На первоначальном этапе предпочтительно возложить обязанности по управлению культурно-событийным туризмом в регионе на одно из

существующих подразделений региональной администрации. Например, в Тульской области существует две возможности, связанные с существованием в департаменте культуры правительства Тульской области отдела развития музейно–выставочной деятельности и культурно–познавательного туризма, а также комитета Тульской области по развитию туризма. В связи с тем, что в данном диссертационном исследовании культурно–событийный туризм предлагается рассматривать как одну из разновидностей событийного туризма, то предпочтительнее возложить обязанности по развитию культурных мероприятий событийной направленности на комитет по развитию туризма. Дополнительным доводом для принятия именно такого решения является стремление разделить культурно–событийный и культурно–познавательный туризм и этому будет косвенно способствовать то, что в Тульской области за развитие каждой из двух обсуждаемых видов туристской деятельности будут отвечать разные структурные подразделения департамента культуры Правительства Тульской области.

Таким образом, на первом этапе развития индустрии культурно–событийного туризма в регионах РФ представляется целесообразным не создавать самостоятельную организацию, а возложить ответственность на подразделение, отвечающее за развитие регионального туризма, что не противоречит созданию в дальнейшем специального регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности. Такой центр может выступить не только самостоятельным субъектом организационной структуры индустрии культурно–событийного туризма в регионе, то есть организацией, способной принять ответственность за проведение конкретных культурных мероприятий событийного характера в соответствии с региональной стратегией развития культурно–событийного туризма, но и должен стать инструментом управления всей индустрией культурно–событийного туризма во всем регионе РФ по примеру Херрогейтских международных фестивалей, представляющих совокупность уникальных акций

в сфере культуры на севере Англии, проводимых в течении года и управляемых одной организацией [199].

Действительно, подобный центр в состоянии оценить результативность уже проводимых мероприятий культурно–событийной направленности и при необходимости предпринять необходимые меры для повышения результативности данных мероприятий, а также способен осуществить управление вновь организуемыми акциями культурно–событийной направленности и тем самым сформировать основные элементы индустрии культурно–событийного туризма на региональном уровне.

Необходимо обратить внимание на то, что инициаторами создания регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности могут выступать органы исполнительной власти, проводящие государственную политику и осуществляющие управление в сферах туризма и культуры. Как правило, в регионах РФ обсуждаемая задача попадает в зону ответственности комитета по развитию туризма – как это было описано выше на примере Тульской области.

Однако решение об учреждении регионального центра невозможно принять обоснованно без наличия стратегии развития культурно–событийного туризма субъекта РФ, в которой выделены приоритетные для региона культурные мероприятия событийной направленности. Только тщательный анализ масштаба и количества таких акций, с учетом возможностей правовой и финансовой поддержки на региональном уровне, позволит оценить экономическую целесообразность создания регионального центра.

В настоящее время отсутствуют систематизированные рекомендации, позволяющие создать стратегию развития культурно–событийного туризма в регионах РФ. В данном исследовании процесс разработки такой стратегии оформлен в виде алгоритма, представленного на рис. 54 и требует следующих пояснений.

Прежде всего необходимо обратить внимание на то, что инициаторами разработки стратегии развития культурно–событийного туризма в регионе

выступают органы исполнительной власти, проводящие государственную политику и осуществляющие управление в сферах туризма и культуры. Например, в Тульской области разработка обсуждаемой стратегии попадает в зону ответственности комитета Тульской области по развитию туризма, который входит в структуру Министерства культуры Тульской области. Этот комитет должен работать над тем, чтобы стратегия развития культурно–событийного туризма вошла составной частью в общую стратегию развития туризма в Тульской области. Для этого необходимо сотрудничество комитета по развитию туризма с другими структурными подразделениями Министерства культуры, осуществляющими управление в сферах культуры, искусства и кинематографии и, в частности, с отделом развития музейно–выставочной деятельности и культурно-познавательного туризма департамента культуры Министерства культуры Тульской области.

Начальный этап создания стратегии развития культурно–событийного туризма в регионе связан с целеполаганием как с первичной фазой управления, предусматривающей формулирование генеральной цели в соответствии с миссией разрабатываемой стратегии (рис. 54) [53, с. 25]. Важность целеполагания подтверждается тем, что в Федеральном законе о стратегическом планировании в РФ, который связан с создаваемой стратегией, это понятие перечислено среди основных используемых понятий и, действительно, является неотъемлемой частью универсальной управленческой функции, называемой «планирование», а разработка стратегий, в данном случае региональной стратегии развития культурно–событийного туризма, – это лишь частный случай реализации этой функции [169].

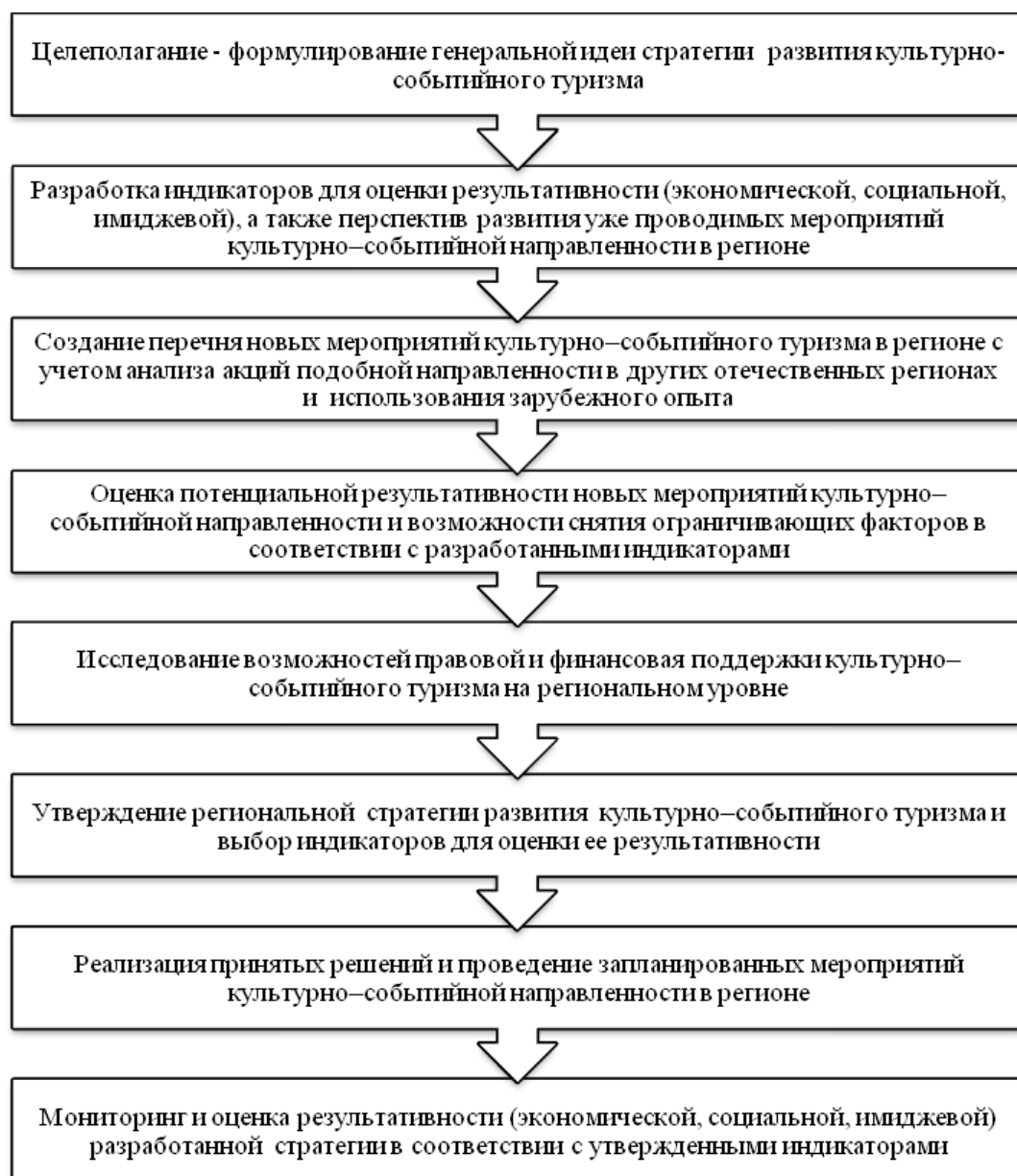


Рис.54. Основные этапы формирования стратегии развития культурно-событийного туризма в регионе РФ.

При формулировании генеральной цели стратегии развития культурно-событийного туризма в конкретном субъекте РФ необходимо учитывать региональную специфику, но существуют и общие моменты, единые для всех территорий. Так, необходимо обратить внимание на следующее. Культурно-событийный туризм содействует развитию человеческого потенциала, без которого невозможно устойчивое развитие региона [148]. Можно утверждать, что влияние культурно-событийного туризма на развитие человеческого потенциала проявляется в следующем [148]:

- обеспечивается доступность граждан РФ к культурным ценностям в сфере искусства и культуры;
- возникает необходимость в подготовке кадров в сфере искусствоведения, культурологии и межкультурных коммуникаций;
- сохраняется и развивается кадровый потенциал учреждений культуры и искусства;
- происходит развитие науки в сфере культуры и искусства;
- обеспечивается рост оплаты труда работников организаций культуры и искусства;
- обеспечиваются условия для функционирования и пополнения музейных и архивных фондов;
- происходит развитие механизмов поддержки творческой деятельности в сфере культуры и искусства, в том числе традиционной народной культуры;
- развивается производство и прокат произведений отечественной кинематографии, в том числе для детей и юношества;
- происходит развитие культурного потенциала регионов, финансово поддерживаются региональные культурные инициативы;
- сохраняется и популяризируется культурное наследие народов России;
- проводятся реставрационные работы, сохраняется и улучшается техническое состояние объектов культурного наследия;
- используется культурный потенциал России для формирования положительного образа страны за рубежом.

Следующий этап создания стратегии развития предполагает анализ уже проводимых уникальных акций в культурной сфере, в соответствии с классификацией мероприятий культурно–событийной направленности – требуется оценить результаты и наличие перспектив развития в соответствии с разработанными индикаторами (рис. 54).

При создании перечня новых мероприятий культурно–событийного туризма в регионе с учетом анализа акций подобной направленности в других отечественных регионах и использования зарубежного опыта необходимо

обратить внимание на то, что достаточно часто инициатива проведения мероприятий культурно–событийной направленности исходит от социально активных групп населения или физических лиц. Например, молодёжный фестиваль короткометражного кино и анимации «Новый Горизонт» организовала в 2007 году группа студентов Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. У истоков создания большинства российских рок–фестивалей стояли поклонники и исполнители этого вида музыкального искусства. Так, идеологом и организатором ежегодного рок–фестиваля «Беломор-Буги», который проводится в Архангельске, начиная с 1995 года, был А.В. Мезенцев, в прошлом – электромеханик Северного морского пароходства.

В подобных ситуациях главная задача организаторов управления культурно–событийного туризма на региональном уровне вовремя заметить, поддержать подобные инициативы и придать им импульс для повышения эффективности. Например, фестиваль документального кино «Флаэртиана» периодически проводится по инициативе студии «Новый курс», с 1995 года в городе Пермь. Своевременная поддержка на региональном уровне позволила придать в 2006 году международный статус этому кинособытию и сделать его ежегодным.

В рамках данного, наиболее важного этапа, от которого во многом зависит создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионе, необходимо обратить самое пристальное внимание на определение перечня всех принципиально возможных акций этого вида специализированного туризма в регионе (рис. 54). Действовать в этом направлении необходимо, опираясь на классификацию мероприятий культурно–событийной направленности предложенную в разделе 1.2 данной диссертационной работы – проанализировать возможности проведения уникальных выставочных проектов в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также возможности осуществления редчайших

событий, связанных с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой.

Для создания обсуждаемой стратегии, необходимо сформировать корпус всех возможных мероприятий, и в первую очередь, обратить внимание на собственный туристский продукт культурно–событийного назначения, выделенный в разделе 1.2 данного исследования в качестве основы для проведения уникальных акций в сфере культуры. Действительно, стратегическим преимуществом отдельного региона является наличие собственных музеев и театров, образовательных учреждений в области культуры, расположенных на территории данного региона, а также, связь региона с выдающимися деятелями искусства и культуры.

Возможности развития культурно–событийного туризма, связанные с наличием образовательных учреждений в области культуры расположенных на территории данного региона, целесообразно продемонстрировать на следующих примерах. Например, Московская государственная консерватория имени П. И. Чайковского использует возможности и проводит много конкурсов, которые способны привлечь внимание со стороны, как участников, так и зрителей, которые представляют основной интерес с точки зрения индустрии туризма. Так Московская консерватория в 2019 году провела следующие конкурсы: XVI Международный конкурс имени П.И. Чайковского, XI Международный конкурс исполнителей на духовых и ударных инструментах, IV Международный конкурс вокально-фортепианных дуэтов «Pianovose», I Всероссийский конкурс инструментовок, I Международный конкурс звукорежиссёров. Увеличение количества проводимых конкурсов, с одной стороны, позволяет повысить авторитет учебного заведения, а, с другой стороны, позволяет надеяться на увеличение туристского потока в данный регион. Аналогичные перспективы по увеличению количества конкурсов имеются во всех двенадцати регионах РФ, в которых расположены консерватории – в Астрахани, Волгограде, Екатеринбурге, Казани,

Магнитогорске, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Петрозаводске, Ростове, Санкт-Петербурге, Саратове, Тольятти.

Наличие в регионе РФ театра, оперы и балета создает объективные предпосылки для проведения мероприятий культурно–событийной направленности в области оперного искусства и балета. Необходимо напомнить, что государственные театры оперы и балета занимаются творческой деятельностью в следующих регионах – Астрахани, Владивостоке, Владикавказе, Екатеринбурге, Ижевске, Йошкар–Оле, Казани, Красноярске, Магнитогорске, Махачкале, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Перми, Петрозаводске, Ростове–на–Дону, Самаре, Саранске, Саратове, Сыктывкаре, Улан–Уде, Уфе, Чебоксарах, Челябинске, Якутске.

Отдельно необходимо обратить внимание на то, что процедура формирования корпуса возможных акций культурно–событийной направленности в конкретном регионе РФ должна включать не только анализ мероприятий подобной направленности в других отечественных регионах, но и накопленный опыт в зарубежных странах.

Следующий этап разработки стратегии направлен на оценку эффективности новых мероприятий культурно–событийной направленности и возможности снятия ограничивающих факторов (рис. 54). Для этого предлагается взять за основу разработки Е.А. Лакомова – алгоритм проведения маркетингового исследования туристского региона, планирующего специализироваться на развитии событийного туризма, а также методику исследования потребительских предпочтений туристов региона, позволяющую выявить целесообразность развития в регионе событийного туризма и его совместимость с уже имеющимися в регионе видами туризма или планируемыми [36, 37, 43]. Для этого необходимо в разработки Е.А. Лакомова, касающиеся событийного туризма в целом, внести минимальные изменения, связанные с акцентированием внимания на особенностях культурно–событийного туризма.

В соответствии с этим этапом создания обсуждаемой стратегии, необходимо проанализировать величины и специфику туристских потоков, прибывающих в данный регион для участия в акциях культурно–событийной направленности; исследовать потребительские запросы туристов, приезжающих в регион; выяснить, какие культурные мероприятия событийного характера их интересуют в первую очередь; осуществить сегментирование туристов по потребительским группам, выделить наиболее крупные (основные) сегменты; проанализировать возможности инфраструктуры региона при увеличении потока туристов в рамках культурно–событийного туризма; исследовать опыт туристских регионов–конкурентов [43].

В качестве примера необходимости подобных исследований целесообразно обратить внимание на важность соответствия инфраструктуры региона увеличению количества туристов при организации новых мероприятий культурно–событийной направленности – необходимы гостиницы, рестораны, транспортные услуги. Особенно это касается акций, связанных с уникальными событиями в мире музыки, оперы, эстрады, балета, цирка, которые, как правило, организуются на основе привлеченного туристского продукта. Для проведения фестивалей, конкурсов и подобных акций необходимы зрительные залы, для выставок изобразительного искусства – выставочные площади.

Очередной этап формирования стратегии развития направлен на анализ возможностей правовой и финансовой поддержки мероприятий культурно–событийной направленности в регионе (рис. 54). Действительно, на законодательном уровне субъекта РФ существует ряд возможностей по управлению развитием туристской деятельности – выделение на конкурсной основе финансовой поддержки для проведения конкретных событийных акций в области культуры, предоставление определенных налоговых льгот и так далее. В качестве примеров можно сослаться на то, что Чебоксарский международный кинофестиваль, проходящий в 2019 году в городе Чебоксары, уже в двенадцатый раз финансируется в основном из бюджета Чувашской Республики, а международный теле-кинофестиваль документальной

мелодрамы «Саратовские страдания», проходящий в 2019 году в городе Саратове уже в пятнадцатый раз, финансируется большей частью из бюджета Саратовской области. Наличие надежного источника финансирования, несомненно, благоприятствует долгому существованию данных фестивалей в области киноискусства.

В связи с важностью обсуждаемой проблемы в рамках данного диссертационного исследования в разделе 3.3 разработаны отдельные методические рекомендации по повышению эффективности государственной поддержки культурно-событийного туризма на законодательном уровне субъектов РФ, которые необходимо учитывать при формировании стратегии развития культурно–событийного туризма в регионе РФ.

Следующий этап создания программы развития предполагает принятие решения о целесообразности или нецелесообразности проведения мероприятия культурно–событийной направленности из перечня, который был сформирован на втором этапе (рис. 54). При этом важно не только окончательно утвердить стратегию развития культурно–событийного туризма в регионе, но и осуществить выбор индикаторов для оценки ее эффективности. Обычно туристскую деятельность в регионе оценивают по годовой динамике роста туристского потока, по объему услуг, оказанных в сфере туризма, по численности иностранных граждан, прибывших в регион в течение года и так далее. Однако, выделить в общих показателях эффективности туристской деятельности долю, приходящуюся только на мероприятия рассматриваемой направленности, достаточно проблематично, поэтому в качестве индикатора обычно используют количество зрителей, посетивших конкретные акции культурно–событийной направленности, вошедшие в разработанную стратегию развития. Мировая и отечественная практика свидетельствует о том, что число посетителей в данных обстоятельствах является не полным, но достаточно объективным критерием [160, 180].

Завершающие этапы создания программы предполагают реализацию принятых решений, проведение запланированных акций культурно–

событийной направленности в регионе с последующим мониторингом и оценкой эффективности, достигнутых результатов, в соответствии с утвержденными индикаторами (рис. 54). Оценка эффективности проведенных мероприятий проводится путем сравнения планированных и достигнутых индикаторов.

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что для придания стимулирующего импульса социально–экономическому развитию регионов и оживления отечественной экономики разработан научно–обоснованный алгоритм, позволяющий унифицировать создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионах РФ. Необходимо подчеркнуть, что обсуждаемый алгоритм возможно использовать для развития туризма не только на региональном уровне, но и на уровне муниципальных образований. Результатом использования будет создание стратегии развития культурно–событийного туризма муниципального образования. В этом случае разработка такой стратегии развития должны быть прерогативой специалистов, отвечающих за развитие туризма и культуры на уровне муниципального образования, например, отдела по культуре комитета по социальным вопросам администрации муниципального образования (АМО) Веневский район Тульской области.

После создания стратегии развития культурно–событийного туризма в конкретном субъекте РФ появляется возможность вернуться к обсуждению целесообразности создания отдельного центра, управляющего развитием индустрии культурно-событийного туризма в регионе РФ. Последовательность принятия решения такого центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности представлена в виде алгоритма на рис. 55.



Рис. 55. Алгоритм создания регионального центра по проведению мероприятий культурно-событийной направленности.

Необходимо обратить внимание на то, что деятельность центра желательно направить не только на развитие культурно-событийного туризма, но и на управление другими видами событийного туризма в регионе. Существует возможность возложить обязанности по развитию событийного туризма в сфере культуры на уже действующие организации, создание которых инициировала региональная исполнительная власть. Например, в Калужской области существует и функционирует государственное автономное учреждение «Агентство по развитию туризма», учредителем которого является Калужская область, на которую представляется разумным возложить обязанности по формированию индустрии культурно-событийного туризма в данной области [168].

Кроме этого, необходимо подчеркнуть то, что в Калужской области имеется во многом позитивный опыт поддержки культурных мероприятий событийной направленности на региональном уровне. Действительно, в государственной программе «Развитие туризма в Калужской области», утвержденной постановлением Правительства Калужской области, предусмотрена возможность финансирования из бюджета области мероприятий культурно–событийного туризма [140]. Однако, рассчитывать на это могут только государственные автономные учреждения, учрежденные исполнительной власти Калужской области. Такое ограничение в определенной степени не способствует созданию одинаковых условий для развития туристских предприятий всех форм собственности и требует выравнивания, обеспечивающего взаимодействие всех субъектов хозяйствования в регионе и создающее широкие возможности для эффективного инвестирования в региональную туристскую индустрию.

Принятие отрицательного решения о создании регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности может означать то, что индустрия этого вида специализированного туризма в регионе уже создана в достаточной степени и не требует государственного участия. В этом случае мониторинг ситуации остается в поле ответственности регионального комитета по развитию туризма, входящего в структуру министерства культуры субъекта РФ.

3.3. Рекомендации по повышению эффективности государственной поддержки культурно-событийного туризма на законодательном уровне субъектов РФ

По оценкам международных и отечественных специалистов событийный туризм является одним из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных видов специализированного туризма [3, 43, 79–81]. Важность этого направления для отечественной туристской индустрии подтверждается наличием в плане мероприятий по реализации стратегии развития туризма в РФ

на период до 2020 года, утвержденном распоряжением федерального Правительства в 2014 году, отдельного пункта, направленного на развитие событийного туризма [151]. В связи с этим создание благоприятных условий для развития событийного туризма, в том числе на законодательном уровне субъектов РФ, является важной задачей для российских регионов [28, 57, 65, 66]. Данное исследование посвящено повышению эффективности государственной поддержки событийного туризма в сфере культуры в регионах РФ, который, с одной стороны, способствует развитию человеческого потенциала, без которого невозможно устойчивое развитие регионов, а с другой стороны, содействует повышению уровня экономического и социального развития субъектов РФ [55, 60].

Задача данного исследования – на примере Тульской области разработать универсальные рекомендации, позволяющие повысить эффективность государственной поддержки для развития культурно–событийного туризма на законодательном уровне субъектов РФ и пригодные для использования в различных российских регионах.

В начале исследования были проанализированы существующие региональные законодательные акты связанные с регулированием в сфере туризма. Установлено, что во всех субъектах РФ управление туристской индустрией осуществляется на основе региональных законов о туристской деятельности на территории регионов, принимаемыми законодательными органами субъектов РФ, а также на основе нормативных актов органов муниципального управления [114–116, 143].

Анализ региональных законов показал, что, как правило, они декларируют возможность оказания поддержки туристской деятельности на законодательном уровне и при этом одновременно делегируют аналогичные возможности региональным правительствам, то есть органам исполнительной власти [114–116].

Так, например, Тульская областная Дума в соответствии со статьёй 3.1 закона Тульской области «О туристской деятельности на территории Тульской

области» оставляет за собой право принимать законы по созданию благоприятных условий для развития туризма в области [116]. С другой стороны, этот же закон в следующей статье 4.1 закрепляет за правительством Тульской области аналогичную обязанность по созданию благоприятных условий для развития туристской индустрии в области [116]. Анализ законодательной базы Тульской области показал, что своим правом по оказанию государственной поддержки региональному туризму Тульская областная Дума не пользуется и всю ответственность по управлению туристской индустрией в области несет на себе правительство Тульской области [144, 145, 152].

Тем не менее необходимо позитивно оценить статью 4.1 обсуждаемого закона Тульской области «О туристской деятельности на территории Тульской области» в части достаточно подробного описания обязанностей областного правительства по созданию благоприятных условий для развития туризма в области. Например, в этом списке находится подпункт 8, который направлен на «реализацию мер по поддержке приоритетных направлений развития туризма в области, в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма» [116]. С точки зрения развития туристской индустрии в Тульской области рекомендуется добавить в этот перечень событийный туризм в сфере культуры, как одну из наиболее перспективных разновидностей туристской деятельности в настоящее время. После корректировки пункт 8 закрепит за областным правительством обязанность по «реализации мер по поддержке приоритетных направлений развития туризма в области, в том числе социального туризма, детского туризма, самодеятельного туризма и культурно–событийного туризма».

Аналогичную коррекцию предлагается осуществить, например, с подпунктом 7 статьи 7 «Приоритетные направления развития туризма в Калужской области» закона Калужской области «О туристской деятельности на территории Калужской области». После дополнения за исполнительной властью будет закреплено «создание наиболее благоприятных экономических

условий для развития въездного, внутреннего, социального и культурно–событийного туризма» [140].

Таким образом, рекомендуется реализовывать подобное новшество во всех региональных законах о туристской деятельности, так как это может служить основанием для усиления позиций событийного туризма культурной направленности при формировании предложений по государственной поддержке туризма исполнительной региональной властью.

Однако, существует более значимая возможность для оказания государственной поддержки по развитию культурно–событийного туризма на законодательном уровне субъектов РФ. Для этого необходимо в региональные законы о туристской деятельности включить типовую статью, пригодную для использования в различных российских регионах, в которой подробно описываются возможные способы оказания государственной поддержки, как туризма в целом, так и поддержки развития культурно–событийного туризма в частности.

Первым и наиболее важным направлением государственной поддержки из регионального бюджета должно быть прямое финансирование культурных мероприятий событийной направленности. Перечень подобных акций должен быть выполнен с учетом научно–обоснованной классификации видов культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия. Надежное финансирование мероприятий культурных акций событийного характера, то есть уникальных выставочных проектов в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также редчайших событий связанных с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой в соответствии с обоснованной классификацией, позволит привлечь повышенное количество туристов и не только компенсировать бюджетные расходы, но и увеличить налоговые поступления в региональные и местные бюджеты.

Необходимо вспомнить, что, действительно, во многих случаях культурные мероприятия событийной направленности уже дотируются государством. Так, на проведение главного кинофестиваля страны, Московского Международного кинофестиваля, государством в 2017 году было выделено 125 млн рублей; на проведение открытого российского кинофестиваля «Кинотавр» – 60 млн рублей [110].

Перечень культурных мероприятий событийной направленности, который целесообразно включить в текст новой статьи регионального закона о туристской деятельности, возможно сократить в том случае, если в регионе существует утвержденная стратегии развития культурно–событийного туризма, в которой перечислены наиболее важные направлений этой разновидности событийного туризма для данного региона РФ – будет достаточно перечислить в новой статье только эти главные направления.

При использовании научно–обоснованной классификации не произойдет исчезновение из общего перечня важных мероприятий культурно–событийной направленности, как это произошло в законе Калужской области «О туристской деятельности на территории Калужской области», в котором список культурно–событийных мероприятий, финансируемых из областного бюджет в период 2019–2024 годов, сузился до «фестивалей, праздников, крупных ярмарок, реконструкций значимых событий» [140].

Следующим важным направлением государственной поддержки развития культурно–событийного туризма является финансирование из региональных бюджетов мероприятий направленных на профессиональное обучение по программе подготовки специалистов в сфере событийного туризма для региональной туристской индустрии. Необходимость такого обучения объясняется тем, что событийный туризм как разновидность специализированного туризма, является достаточно новым видом деятельности в рамках отечественной туристской индустрии, и недостаток - а часто полное отсутствие специалистов по проведению событийных мероприятий

существенно тормозит процесс развития культурно–событийного туризма в регионах РФ.

Далее, в новой статье регионального закона необходимо перечислить все возможные подходы, стимулирующие развитие событийного туризма культурной направленности, обеспечивающие взаимодействие всех субъектов хозяйствования в регионе и одинаковые условия для развития туристских предприятий всех форм собственности и создающие широкие возможности для эффективного инвестирования в региональную туристскую индустрию.

Анализ и обобщение существующих региональных законов в сфере туризма, изучение инструментов стимулирования инвестиций в развитие российской экономики, результатов научных исследований туристской деятельности, обобщение реального опыта проведения событийных мероприятий в области культуры позволили сформулировать и перечислить в тексте предлагаемой статьи основные направления государственной поддержки для стимулирования развития культурно–событийного туризма в регионах РФ.

В результате проведенного исследования рекомендуется следующая формулировка универсальной статьи, предназначенной для использования в региональных законах с условным названием «Полномочия исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации по созданию благоприятных условий для развития туризма в области». Например, для закона Тульской области «О туристской деятельности на территории Тульской области» эта статья будет иметь следующее название и содержание:

«Статья. Полномочия правительства Тульской области по созданию благоприятных условий для развития культурно–событийного туризма в области.

К полномочиям правительства Тульской области по созданию благоприятных условий для развития культурно–событийного туризма в области относятся:

– финансирование культурных мероприятий событийного характера, то есть уникальных выставочных проектов в области живописи, графики,

декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также редчайших событий, связанных с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой;

– финансировании мероприятий, направленных на профессиональное обучение по программе подготовки специалистов в сфере событийного туризма для туристской индустрии Тульской области;

– освобождение от уплаты налога на прибыль в региональный бюджет организаций инвестирующих в проведение мероприятий культурно–событийного туризма;

– установление пониженной ставки налога на прибыль в региональный бюджет организаций, инвестирующих в проведение мероприятий культурно–событийного туризма;

– предоставление возможности организациям осуществлять займы по низким процентным ставкам для инвестирования в проведение мероприятий культурно–событийного туризма;

– освобождение от уплаты налога на имущество организаций занимающихся проведением мероприятий культурно–событийного туризма;

– включение понижающего коэффициента, применяемого при расчете арендной платы за земельные участки, находящиеся в государственной собственности субъектов РФ для организаций, занимающихся проведением мероприятий культурно–событийного туризма;

– предоставление организациям для проведения приоритетных мероприятий культурно–событийного туризма низких ставок оплаты коммунальных услуг (электричество, газ, водоснабжение);

– создание регионального инвестиционного Фонда развития туризма, предоставляющего займы организациям, инвестирующим в проведение мероприятий культурно–событийного туризма».

Сформулированные предложения по стимулированию развития культурно–событийного туризма в регионах РФ носят рекомендательный характер для исполнительной власти на региональном уровне – новой статьей

региональные законодательные собрания определяют виды государственной поддержки. Исполнительная власть, обычно правительство субъекта Российской Федерации, вправе использовать только некоторые виды поддержки, которые обозначил региональный законодательный орган.

В заключение на примере Тульской области, необходимо обозначить алгоритм взаимодействия законодательной и исполнительной ветвей региональной власти для развития культурно–событийного туризма в области.

Все начинается с того, что комитет по социальной политике Тульской областной Думы, в сферу деятельности которого относится туристская деятельность в области, вносит предложения по изменению и дополнению закона Тульской области «О туристской деятельности на территории Тульской области», направленные на создание благоприятных условий для развития культурно–событийного туризма в области [116]. Эти предложения основываются на универсальных рекомендациях, разработанных в данном исследовании, которые позволяют повысить эффективность государственной поддержки для развития культурно–событийного туризма.

После принятия Тульской областной Думой соответствующих поправок и дополнений в обсуждаемый закон комитет по развитию туризма, который входит в структуру Министерства культуры Тульской области, должен внести свои предложения в областной бюджет по увеличению финансирования развития культурно–событийного туризма в Тульской области. После прохождения соответствующих процедур бюджет Тульской области попадет в Тульскую областную Думу на утверждение. Таким образом, в областном законодательном органе появится возможность внести изменения и утвердить объем годового финансирования в виде государственной поддержки предназначенного для развития культурно–событийного туризма в Тульской области.

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что разработаны типовые методические рекомендации для законодательных органов государственной власти субъектов РФ, позволяющие унифицировать

процесс оказания государственной поддержки для развития культурно–событийного туризма в российских регионах.

Выводы по третьей главе

Подводя итоги анализа культурно-событийных мероприятий в Тульской области можно констатировать, что на региональном и муниципальном уровнях накоплен как позитивный, так и негативный опыт. В качестве положительного ориентира для организаторов культурных мероприятий событийной направленности в регионах РФ целесообразно рассматривать музыкальный фестиваль «Дикая мята», который соответствует международному уровню, приносит прибыль организаторам, оказывает позитивное влияние на экономику и социальную ситуацию Алексинского района.

Необходимо обратить отдельное внимание на то, что рентабельность инвестиций в проведение фестиваля «Дикая мята» находится в пределах 0,33–0,83 и в среднем в 7 раз превышает рентабельность инвестиций аналогичного по масштабу фестиваля «Цвета Остравы» в Чехии, которая находится в пределах 0,04–0,11.

Для придания стимулирующего импульса социально-экономическому развитию регионов и оживления отечественной экономики в рамках диссертационного исследования предложена модель взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности, разработан алгоритм, позволяющий унифицировать создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионах РФ, обоснован алгоритм создания регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности.

В результате проведенного исследования разработаны типовые методические рекомендации для законодательных органов государственной власти субъектов РФ, позволяющие унифицировать процесс оказания государственной поддержки для развития культурно–событийного туризма в российских регионах.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Проведенное диссертационное исследование дает основание сделать следующие выводы и предложения:

1. Обоснована целесообразность разделения культурно–познавательного туризма и туризма, связанного с уникальными событиями в сфере культуры, исходя из принципиально разных подходов к управлению развитием этих двух только формально близких разновидностей туристской деятельности. В связи с этим для обозначения новых явлений в мировой и отечественной туристской индустрии впервые предложен и введен в научный оборот термин «культурно–событийный туризм».

2. Реализован новый подход к классификации культурно–событийного туризма по направленности культурного мероприятия, основанный на принятом в искусствоведении делении искусств по видам, и проявляющийся в проведении уникальных выставочных проектов в области живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, а также в осуществлении редчайших событий связанных с музыкой, оперой, эстрадой, балетом, цирком, национальными фестивалями и праздниками, с театром, кино и литературой.

3. Разработана классификация видов культурно–событийного туризма по источнику происхождения. Предлагается различать собственный и привлечённый туристский продукт культурно–событийного назначения, причем туристский продукт может располагаться в диапазоне от полностью собственного до полностью привлечённого туристского продукта. Наличие в туристском регионе собственного, а не привлечённого туристского продукта культурно–событийного назначения является стратегическим конкурентным преимуществом данного региона.

4. Разработана структурная модель культурно–событийного туризма, как туристской системы, и определены функции организаций, необходимых для формирования индустрии культурно–событийного туризма в регионах РФ.

5. Выявлено, что в РФ, как и во всем мире, только начинают проводить выставки живописи, графики, декоративно–прикладного искусства, скульптуры, фотографии, которые бы воспринимались потенциальными зрителями, как исключительные, неповторимые и редчайшие события. Современная ситуация с мероприятиями культурно–событийного туризма в области музыки, оперы, эстрады, балета, театра, кино, национальными фестивалями и праздниками выглядит менее благополучно. По количеству проводимых культурных акций событийного характера на миллион жителей Россия на порядок отстает от передовых стран.

6. Проведенный сравнительный анализ современного состояния культурно–событийного туризма в Алтайском крае, Астраханской, Белгородской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Псковской и Тульской областях с одной стороны показал существование реальной возможности увеличения количества культурных акций событийной направленности всероссийского, межрегионального, регионального и муниципального масштабов в областных центрах и в населенных пунктах муниципальных образований, с другой стороны установлено, что в ряде перечисленных регионов РФ не уделяется должного внимания увеличению культурно-событийных мероприятий на муниципальном уровне.

7. Установлено, что «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», утвержденная распоряжением Правительства в сентябре 2019 года, не позволяет в полной мере использовать возможности, как событийного туризма в целом, так и культурно-событийного туризма в частности, для развития отечественной туристской индустрии и этим качеством значительно уступает предыдущей стратегии развития туризма РФ на период до 2020 года.

Разработаны рекомендации, позволяющие усилить роль событийных мероприятий в области культуры, которые целесообразно внести в качестве

дополнений к новой стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года, в соответствии с существующей процедурой внесения изменений.

8. Установлено, что перспективы привлечения иностранных туристов на выставки признанных в мире отечественных мастеров изобразительного искусства, ограничены. В связи с этим, усилия российской индустрии туризма целесообразно направить на создание конкурентоспособного на международном рынке собственного туристского продукта, связанного с различными видами современного отечественного изобразительного искусства. В качестве примера можно сослаться на целесообразность организации в регионах РФ событийных мероприятий, опирающихся на такую разновидность современного искусства, как лэнд-арт. Международные фестивали ландшафтной архитектуры в различных регионах РФ, учитывающие опыт проведения ежегодного фестиваля «Архстояние» в Калужской области и организованные на принципах и правилах функционирования фестиваля «Burning Man» в США, который является образцом для проведения подобных мероприятий в мире, способны регулярно заинтересовывать иностранных туристов.

9. Сравнительный анализ экономических показателей культурно-событийных мероприятий в Тульской области («Дикая мята» и «Двенадцать ключей») и в Чехии («Цветы Остравы» и «Ночь на Карлштейне») показал, что в российских регионах накоплен как позитивный, так и негативный опыт проведения культурно-событийных мероприятий, позволяющий в определенных случаях соответствовать международному уровню, приносить прибыль организаторам, способствовать экономическому и социальному развитию территорий. В качестве ориентира для проведения культурных мероприятий событийной направленности в регионах РФ целесообразно выделить международный музыкальный фестиваль «Дикая мята» рентабельность инвестиций в проведение которого (0,33–0,83) в среднем в 7 раз превышает рентабельность инвестиций в проведение подобного фестиваля «Цветы Остравы» в Чехии (0,04–0,11).

10. Созданы методические рекомендации по управлению развитием культурно–событийного туризма в регионах РФ на примере Тульской области. Предложена модель взаимодействия органов власти субъекта РФ при подготовке событийных мероприятий культурной направленности, разработан алгоритм, позволяющий унифицировать создание стратегии развития культурно–событийного туризма в регионах РФ, обоснован алгоритм создания регионального центра по проведению мероприятий культурно–событийной направленности, разработаны типовые методические рекомендации для законодательных органов государственной власти субъектов РФ, позволяющие повысить эффективность процесса оказания государственной поддержки культурно–событийному туризму в российских регионах.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
2. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. 104 с.
3. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: 2012. 215 с.
4. Андреева Е. Ю. Постмодернизм: Искусство второй половины XX – начала XXI века. СПб.: Азбука-классика, 2007. 488 с.
5. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону:Феникс, 2008. 117 с.
6. Батоврин В. К. Толковый словарь по системной и программной инженерии. М.: ДМК Пресс. 2012. 177 с.
7. Баумгартен Л.В. Анализ туристической отрасли по модели конкуренции М. Портера // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 5. С. 82–86.
8. Бизимова И.Н., Анисимов Т.Ю. Событийный туризм как особый вид туризма // Вестник Иркутского университета. 2006. Специальный выпуск. С. 177–178.
9. Биржаков М.Б., Воронцова И.В., Метелев Н.И. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме // Туристские фирмы. 2000. № 23. С. 94–111.
10. Бобров Ю.Г. Собрание русских икон в Национальном музее в Стокгольме: время разбрасывать камни, и время собирать камни. Икона. Коллекции и коллекционеры. Материалы Международной научной конференции III Санкт-Петербургского международного культурного форума.: Ин-т имени И.Е. Репина, 2015. С. 56-65.
11. Булганина С.В., Лопаткина Н.С. Событийный туризм: история и перспективы развития. // Интернет – журнал «Науковедение», 2015. Том 7, №3.
12. Власова Т.И. Российская туриндустрия в мировых отчетах UNWTO и роль событийного туризма в росте её показателей// Вестник Национальной академии туризма. 2019. № 51. С. 9–12.

13. Власова Т.И., Алейников А.В. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Национальной академии туризма. 2015. №1(33). С. 38-40.
14. Воронин А.Н., Крылова И.В., Громова Г.А. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации // Вестник НАТ. 2012. № 2. С. 40–43.
15. Воронцова М.Г., Кучумов А.В. Развитие событийного туризма в Санкт-Петербурге: проблемы и перспективы// Вестник Национальной академии туризма. 2019. № 51. С. 14–15.
16. Гетц Д. Событийный туризм: определение, эволюция и исследование // Управление туризмом. Елсевиер, 2008. Том 29, с. 403–428. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
17. Гетц Д., Пейдж С. Прогресс и перспективы исследования событийного туризма // Управление туризмом. Елсевиер, 2016. Том 52, с. 593–631. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
18. Глушко А.А. Сазыкин А.М. География туризма. Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2002. 265 с.
19. Гришин С.Ю., Карпова Г.А., Ткачев В.А. Современные аспекты экологизации туристской деятельности – теория и практика. Издательство: СПбГЭУ. 2018, 176 с.
20. Губина Е.М. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в регионах России// Журнал «Вестник евразийской академии административных наук». Изд. Волгоградский институт экономики, социологии и права (Волгоград), 2013. №4 (25). С.78–86.
21. Гуляев В.Г. Социально-экономические основы развития туризма в России. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва: 2003. 271 с.
22. Дмитриев Д.В. Специфика событийного туризма как сегмента регионального рынка туристских услуг // Мир экономики и права. 2011. №10. С. 52–55.

23. Долженко Г. П., Шмыткова А. В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо–Кавказский регион. Серия: Общественные науки. Ростов–на–Дону: Издательство Южного федерального университета, 2007. №6. С. 116–119.
24. Дроздов А.В. Основы экологического туризма. М.: Гардарики, 2005. 271 с.
25. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса. М.: Ось–89, 1999. 191 с.
26. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально–культурном сервисе и туризме. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 224 с.
27. Казарина А.С., Лебедева Т.Е. Событийный туризм как актуальное направление туризма // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации Нижний Новгород, 2014. С. 13–16.
28. Калинина Л.Е. Государственное управление туризмом в Российской Федерации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М.: 2007. 24 с.
29. Карпова Г.А., Хорева Л.В., Кучумов А.В. и др. Сервис и туризм в условиях цифровизации российской экономики. Издательство: СПбГЭУ. 2018, 176 с.
30. Карпова Г.А., Ткачев В.А., Г.Хайде и др. Формирование научно-образовательного туристского кластера на базе музеев Санкт-Петербургского горного университета (Россия) и Фрайбергской горной академии (Германия) // Записки Горного Института. 2018. Т.232. С. 341–347.
31. Кашекова И.Э. Изобразительное искусство. М.: Академические Проект, 2009. 853.
32. Киреева Ю.А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке // Научный вестник МГИИТ. 2010. №6. С. 16–21.
33. Коновалов А.В. Формирование условий развития спортивно–событийного туризма в регионе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. СПб.: 2007. 178 с.
34. Коновалов А.В. Оценка социально–экономической эффективности развития спортивно–событийного туризма // Евразийский международный

научно–аналитический журнал «Проблемы современной экономики». СПб.: ООО НПК «Рост», №2, 2007. С. 331–335.

35. Коновалов А.В., Колпащикова Т.Ю. Основные направления развития спортивно–событийного туризма. // Журнал «Экономика и управление сервиса». Изд. СПбГУСЭ, 2007. №1. С.75–80.

36. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс. СПб.: Питер, 2005г. 800с.

37. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990. 511 с.

38. Кузнецова А.С., Еремеев А.В. Особенности событийного туризма. // Физическое воспитание и спортивная тренировка. Волгоград: Волгоградская государственная академия физической культуры. 2015, № 2 (12). С. 70–75.

39. Культурный туризм: учебное пособие для СПО / М. Д. Сущинская. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017. 136 с.

40. Купченко А. Событийный туризм в России // Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции «Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг». Москва, 2015. С. 208–210.

41. Курганова С.А. Организация взаимодействия учреждений культуры и туризма. Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Санкт–Петербург: 2002. 171 с.

42.Лакомов Е.А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: 2013. 28 с.

43.Лакомов Е.А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: 2013. 202 с.

44.Лакомов Е.А. Развитие событийного туризма как основа реализации туристского потенциала России // Вестник Университета. М.: ГУУ, 2013.№ 1.С.62–64.

45. Лакомов Е.А. Классификация видов событийного туризма // Вестник Университета. М.: ГУУ, 2013. № 3. С.64–69.
46. Левочкина Н. А. Музейный менеджмент: курс лекций. М.: Директ-Медиа, 2017. 117 с.
47. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле. М.: Логос, 2002. 255 с.
48. Магретта Д. Ключевые идеи. Майкл Портер. Руководство по разработке стратегии. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 272 с.
49. Муллабаев Р.Ю. Анализ пяти сил конкуренции Портера // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 4. Ч. 3. URL: <http://human.snauka.ru/2015/04/11010> (дата обращения: 16.12.2020).
50. Нарута Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11, выпуск 6. С. 1158–1162.
51. Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». Томск, 2012. С. 81–84.
52. Никоноров С.М. Социально-экономический механизм формирования региональных комплексов туризма. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва: 2005. 167 с.
53. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ. М.: Инфра–М, 2013. 255 с.
54. Печерица Е.В. Развитие спортивно–событийного туризма в РФ (на примере Южного федерального округа (ЮФО)) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9. С. 119–123.
55. Пошнагов С.Л. Влияние туризма на социально–экономическое развитие региона. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Саратов: 2002. 24 с.

56. Рахмалева О.В. Культурный туризм как фактор социально-экономического развития региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Санкт–Петербург: 2000. 186 с.
57. Романова Г.М. Формирование системы планирования развития туризма в регионе. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Санкт–Петербург: 2003. 268 с.
58. Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А. Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2015. Т.1. №1. С. 415–419.
59. Рыков А. В. Постмодернизм как «радикальный консерватизм». Проблема художественно-теоретического консерватизма и американская теория современного искусства 1960–1990-х гг. СПб., Алетейя, 2007. 376 с.
60. Степанова С. В. Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона: на примере Республики Карелия. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Петрозаводск: 2008. 21 с.
61. Бабков В.А. Фестивальный менеджмент. Российский и зарубежный опыт: сб. ст. составитель и редактор М.: Арт–менеджер, 2007. 424 с.
62. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаузе Б. и др. Event-менеджмент. М.: Эксмо, 2006. 384 с.
63. Харитонов Д.А. Социально-экономическое содержание туризма в современной России. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов: 2002. 192 с.
64. Хуснутдинова С.Р. Выставки как мероприятия событийного туризма и их роль в социально–экономическом развитии города. // Современные проблемы науки и образования. 2012, №3. URL: <https://science-education.ru/pdf/2012/3/140.pdf> (дата обращения: 03.03.2020).

65. Ческидов С.А. Совершенствование управления сферой туризма как фактор регионального развития. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: 2009. 24 с.
66. Ческидов С.А. Совершенствование государственного регулирования туристской деятельности в регионе // Креативная экономика. 2009. Том 3. № 8.С. 92–95.
67. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Кормишова А.В. Теория и методология социально–экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2014. 480 с.
68. Е.Е. Шарафанова, Е.В. Печерица, А.М. Житлов. Шарафанова Е.Е. Спортивно–событийный туризм и развитие территорий. СПб.: Изд. СПбГиЭУ, 2014. 155 с.
69. Шмидт А.Н., Банников А.Ю., Соколов Д.С. К вопросу о показателях социального развития регионов Российской Федерации. // Экономика и бизнес: теория и практика.2016, №1. С. 139–145.
70. Шпилько С.П. События к событийному туризму // Вестник НАТ. 2014. № 1. С. 13–18.
71. Штейн С. Ю. Онтология «современного искусства» // Артикульт. 2017. 27(3). С. 55-72.
72. Юванен Е.И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе: на примере Приморского края. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Владивосток: 2006. 165 с.
73. Юренева Т.Ю. Русская икона в европейских музейных собраниях. М.: Вестник славянских культур, 2017, вып. 45, с.176–189.
74. Яфаров Р.К. Влияние туризма на социально-экономическое положение региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов: 2006. 175 с.
75. Andrews, M. (Ed.): Land, Art: A Cultural Ecology Handbook. London 2006. ISBN 139780901469571

76. Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism, by Hal Foster, Rosalind Krauss Yve-Alain Bois, Benjamin H.D. Buchloh and David Joselit, New York, Thames and Hudson, 2005.
77. Barooshian V. D. Russian cubo-futurism 1910-1930: A study in Avant-Gardism. The Hague; Paris: Mouton, 1974. 176 pp.
78. Bowdin, Glenn; Johnny Allen, William O'Toole, Rob Harris, Ian McDonnell. Events Management (Events Management S.) ISBN 978-0-7506-6533-5
79. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management. 2008. Volume 29, pp. 403-428.
80. Getz D., Event Studies. Theory, research and policy for planned events. Routledge, 2010, 37
81. Getz D., Page S. Progress and prospects for event tourism research // Tourism Management. 2016. Volume 52, pp. 593-631.
82. Gilles, A. Tiberghien: Land Art. Ed. Carré. 1995. ISBN 100948835176
83. Grande, J.K.: Art Nature Dialogues: Interviews with Environmental Artists, New York, 2004, ISBN: 978-0791461945
84. Goldblatt, Joe. Twenty-First Century Global Event Management (The Wiley Event Management Series). ISBN 978-0471396871
85. Hillier, D.: How Burning Man Culture Changed Festivals. Around the World. https://www.vice.com/en_au/article/gqy95y/how-burning-man-culture-made-its-way-around-the-world (дата обращения: 03.03.2020).
86. Kastner. J., Brian Wallis B.: Land and Environmental Art. Boston. 1998. ISBN: 978-0714856438
87. Kjellin. H. Ryska ikoner: Olof Aschbergs till Nationalmuseum överlämnade samling. Nationalmusei utställningskatalog, Stockholm, 1933.
88. Michael E. Porter. The Five Competitive Forces that Shape Strategy. Harvard Business Review. January, 2008.
89. Russian Art of the Avant-Garde. Theory and Criticism 1902—1934 / Ed. by John E. Bowlt. New York, 1976. 360 pp.

90. Shadowa Larissa A. Suche und Experiment. Russische und sowjetische Kunst 1910 bis 1930. Dresden: VEB Verlag der Kunst Dresden, 1978. 372 pp.
91. Thomas O., Hermes B., Loos P. Reference model-based event management // International Journal of Event Management Research. 2008. Volume 4, №1, pp. 38–57.
92. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук [Электронный ресурс]. М.: 2012. 24 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/sobytiinyi-turizm-kak-faktor-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona/read> (дата обращения: 23.09.2021).
93. Алексеева О.В. Подход к оценке влияния событийных мероприятий на экономику региона // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 8 (32) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-otsenke-vliyaniya-sobytiynyh-meropriyatiy-na-ekonomiku-regiona/viewer> (дата обращения: 23.09.2021).
94. Арт-парк «Никола-Ленивец» [Электронный ресурс]. URL: <http://nikola-lenivets.ru/> (дата обращения: 23.09.2021).
95. «Архстояние» с музыкой [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7156/> (дата обращения: 23.09.2021).
96. Более 600 тысяч человек посетили выставку Репина в Третьяковской галерее [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20190820/1557715840.html> (дата обращения: 23.09.2021).
97. Больше выставок – меньше проблем [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4522/> (дата обращения: 23.09.2021).
98. В Генте открылась выставка Яна ван Эйка – самое крупное собрание его работ за всю историю [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2020/02/09/v-gente-otkrylas-vystavka-yana-van-eyka-samoe-krupnoe-sobranie-ego-rabot-za-vsyuistoriyu?fbclid=IwAR3IXvKU6rOqcDhJft6PFXfpgtcwX4iPbUQjzXmjquqOyXW17FUcPvboB8> (дата обращения: 23.09.2021).

99. В Национальной галерее искусств показывают графику Тинторетто [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6936/> (дата обращения: 23.09.2021).
100. В Тульской области прошел фестиваль фольклора и ремёсел «Двенадцать ключей» [Электронный ресурс]. URL: <https://myslo.ru/news/culture/2019-07-07-v-tul-skoj-oblasti-proshel-festival-fol-klora-i-remesel-dvenadcat-klyuchej-fotoreportazh#comments> (дата обращения: 23.09.2021).
101. Власти подготовят стратегию развития туризма в РФ до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <https://travel.rambler.ru/news/41645297-vlasti-podgotovyat-strategiyu-razvitiya-turizma-v-rf-do-2035-goda/> (дата обращения: 23.09.2021).
102. Выставки–блокбастеры–2019: от Леонардо да Винчи до Билла Виолы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6499/> (дата обращения: 23.09.2021).
103. Выставку Леонардо да Винчи в Лувре посетило более миллиона зрителей [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20200226/1565213948.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.uz%2Fnews (дата обращения: 23.09.2021).
104. Выставку Серова назвали самой посещаемой русской экспозицией за 50 лет [Электронный ресурс]. URL: <https://style.rbc.ru/impressions/571638349a79472acdb347d4> (дата обращения: 23.09.2021).
105. Выставочный Центр Союз Художников Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <http://museum.ru/M2711> (дата обращения: 23.09.2021).
106. Годовые отчеты Государственной Третьяковской галереи за 2015–2018 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tretyakovgallery.ru/about/documents/reports/> (дата обращения: 23.09.2021).

107. Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» в 2019 году [Электронный ресурс]. URL: <http://admobl.kaluga.ru/main/> (дата обращения: 23.09.2021).
108. Город в чистом поле: Андрей Клюкин о том, как устроен фестиваль «Дикая мята» [Электронный ресурс]. URL: https://i-m-i.ru/post/kak_ustroen_festival_dikaya_myata (дата обращения: 23.09.2021).
109. Городок Карлштейн – драгоценность Чешской края [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mestys-karlstejn.cz/> (дата обращения: 23.09.2021).
110. Государственная поддержка Московского Международного кинофестиваля увеличена на 10 млн рублей [Электронный ресурс]. URL: <http://festivalfilm.ru/novosti/gosudarstvennaya-podderzhka-moskovskogo-mezhdunarodnogo-kinofestivalya-uvelichena-na-10-mln-rublej/> (дата обращения: 23.09.2021).
111. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2016 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mkrf.ru/activities/reports/report2016/> (дата обращения: 23.09.2021).
112. Дикая Мята 2020: организаторы выкупят землю, на которой 5 лет проходил фестиваль [Электронный ресурс]. URL: <https://allfest.ru/news/festival-2020/dikaya-myata/organizatory-vykupyat-zemlyu> (дата обращения: 23.09.2021).
113. Доклад об основных направлениях и результатах деятельности Министерства культуры Российской Федерации в 2018 году и задачах на 2019 год [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mkrf.ru/upload/iblock/449/4496dce0e9d229b271c7a454e8850dff.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).
114. Закон Калужской области № 18-ОЗ от 13.06.2000 (редакция от 27.04.2017) «О туристской деятельности на территории Калужской области» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/972207617> (дата обращения: 23.09.2021).

115. Закон Краснодарского края № 938-КЗ от 25.10.2005 (редакция от 20.06.2018) «О туристской деятельности в Краснодарском крае» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/461608422> (дата обращения: 23.09.2021).
116. Закон Тульской области № 238-ЗТО от 21.03.2001 (редакция от 31.05.2018) «О туристской деятельности на территории Тульской области» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/801200746> (дата обращения: 23.09.2021).
117. Замок Карлштейн [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hrad-karlstejn.cz/cs> (дата обращения: 23.09.2021).
118. И вновь продолжается бум: самые посещаемые выставки России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5617/> (дата обращения: 23.09.2021).
119. Интервью с Борисом де Мунником, пресс-секретарем Rijksmuseum [Электронный ресурс]. URL: http://mart-museum.ru/mart_interview/rijksmuseum-boris-de-munnick/ (дата обращения: 23.09.2021).
120. Календарь событийных мероприятий Брянской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nartwor.ru/meropriyatiya/kulturnaya-zhizn-regiona/2531-kalendar> (дата обращения: 23.09.2021).
121. Календарь событийных мероприятий Калининградской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/pro/2020/kalendar-sobytiy-2020.php> (дата обращения: 23.09.2021).
122. Календарь событийных мероприятий Кировской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <http://visitkirov.ru/afisha/> (дата обращения: 23.09.2021).
123. Календарь событийных мероприятий в Тульской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://kireevsk.bezformata.com/listnews/sobitijnih-meropriyatij-v-tulskoj-oblasti/80655178/> (дата обращения: 23.09.2021).

124. Кейс: как «МегаФон» совместно с фестивалем «Дикая Мята» организовал шоукейс для российских музыкантов [Электронный ресурс]. URL: <https://adindex.ru/case/2019/11/15/277073.phtml> (дата обращения: 23.09.2021).
125. Климатические зоны Российской Федерации: арктическая, субарктическая, умеренная и субтропическая [Электронный ресурс]. URL: <https://parfum-romantik.ru/klimaticheskikh-zonah-nashei-strany-kakoi-klimat-harakteren/> (дата обращения: 23.09.2021).
126. Комитет по социальным вопросам администрации муниципального образования АМО Веневский район [Электронный ресурс]. URL: <https://obr71.ru/> (дата обращения: 23.09.2021).
127. Кравчук Т. А., Савенкова Д.А. Структурно-функциональная модель организации событийных мероприятий в регионе // Международный научный-исследовательский журнал. 2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://research-journal.org/pedagogy/strukturno-funkcionalnaya-model-organizacii-sobytijnyx-meropriyatij-v-regione/> (дата обращения: 23.09.2021).
128. Летние фестивали: лучшие места, где можно насладиться искусством и природой [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7017/> (дата обращения: 23.09.2021).
129. Московский кинофестиваль будет короче [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/news/583941> (дата обращения: 23.09.2021).
130. Муниципальное учреждение культуры «Межпоселенческий культурно-досуговый центр» АМО Веневский район [Электронный ресурс]. URL: <https://okvenev.ru/muk-mkdc/> (дата обращения: 23.09.2021).
131. Николай Полисский: «Хочу живописью заниматься, но не картины писать» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7136/> (дата обращения: 23.09.2021).
132. Основатель «Дикой мяты» — о том, как сделать фестиваль [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru/weekend/weeknd-interview/314699-klukin> (дата обращения: 23.09.2021).

133. Отдел по культуре комитета по социальным вопросам администрации муниципального образования АМО Веневский район [Электронный ресурс]. URL: <https://okvenev.ru/otdel-kultury/> (дата обращения: 23.09.2021).
134. Отели и проживание на Карлштейне [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hotel.cz/karlstejn/> (дата обращения: 23.09.2021).
135. Отчет об итогах работы комитета Тульской области по развитию туризма в 2019 году [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.tularegion.ru/upload/iblock/25d/25d8a4116e0d4417dc90d7c4481753e1.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).
136. План основных мероприятий министерства культуры и туризма Астраханской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://minkult.astrobl.ru/soderzhimoe-razdela/plan-osnovnyh-meropriyatij-ministerstva-kultury-i-turizma-astrahanskoj-oblasti-2> (дата обращения: 23.09.2021).
137. Победителями IX Международного фестиваля деревянной скульптуры «Лукоморье на Байкале» стали мастера из России [Электронный ресурс]. URL: <https://irkobl.ru/news/712500/?print=y> (дата обращения: 23.09.2021).
138. Подготовлен проект стратегии развития туризма Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. <https://deloros62.ru/news/podgotovlen-proekt-strategii-razvitiya-turizma-rossijskoj-federaczii-do-2035-goda> (дата обращения: 23.09.2021).
139. Подготовлен проект стратегии развития туризма Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <https://deloros62.ru/news/podgotovlen-proekt-strategii-razvitiya-turizma-rossijskoj-federaczii-do-2035-goda> (дата обращения: 23.09.2021).
140. Постановление Правительства Калужской области от 26.02.2019 № 122 «Об утверждении государственной программы Калужской области "Развитие туризма в Калужской области"» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/553152883> (дата обращения: 23.09.2021).

141. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013 - 2020 годы» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/bj9pqAcDuU0.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).
142. Постановление Правительства Российской Федерации от от 31.12. 2004 года N 901 «Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму» (редакция от 20.07.2019 года) [Электронный ресурс]. URL: https://www.russiatourism.ru/contents/ob_agentstve/Regulation_of_the_Russiatourism/(дата обращения: 23.09.2021).
143. Постановление городской управы города Калуги от 24 ноября 2014 года N 378-п «Об утверждении муниципальной программы муниципального образования "Город Калуга" "Развитие туризма"» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/446151388> (дата обращения: 23.09.2021).
144. Постановление Правительства Тульской области от 1.10.2012 № 532 «Об утверждении стратегии развития туризма на территории Тульской области на период до 2020 года» (редакция от 22.12.2014) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/424067691> (дата обращения: 23.09.2021).
145. Постановление Правительства Тульской области от 5.11.2013 № 619 «Об утверждении государственной программы Тульской области "Развитие культуры и туризма Тульской области"» (редакция от 14.09.2018) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/460207954> (дата обращения: 23.09.2021).
146. Продюсер Андрей Клюкин: «Коронавирус изменит музыкальный рынок навсегда» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mk.ru/culture/2020/08/06/prodyuser-andrey-klyukin-koronavirus-izmenit-muzykalnuy-rynok-navsegda.html> (дата обращения: 23.09.2021).
147. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 ноября 2014 года № 2246-р «О плане мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный

ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420232992> (дата обращения: 23.09.2021).

148. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р «Концепция долгосрочного социально–экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/aaooFKSheDLiM99HEcyrygytfmGzrnAX.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).

149. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 года № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).

150. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5.05.2018 года № 872-р «Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)"» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FoFftF1dhGs4GZzEBPQtLCFVtB12hHQP.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).

151. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» (редакция от 21.03.2019 года) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420200177> (дата обращения: 23.09.2021).

152. Распоряжение Правительства Тульской области от 19.09.2017 № 330-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации в Тульской области стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/424037160> (дата обращения: 23.09.2021).

153. Рейксмузеум опять решил удивить своим Рембрандтом [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6606/> (дата обращения: 23.09.2021).

154. Рейтинг. Самые посещаемые музеи и выставки в России в 2015 году [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/3042/> (дата обращения: 23.09.2021).
155. Рейтинг музеев – 2019: как российские музеи борются за посещаемость [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6932/> (дата обращения: 23.09.2021).
156. Рекордный Брейгель позади. Что на очереди? URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6510/> (дата обращения: 23.09.2021).
157. Репин: между императорами и бурлаками. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6699/> (дата обращения: 23.09.2021).
158. Российский союз уличных театров и артистов [Электронный ресурс]. URL: <http://katalog.streetrussia.com/> (дата обращения: 23.09.2021).
159. Русская икона в коллекции Британского музея [Электронный ресурс]. URL: <http://zen-designer.ru/articles/1003-russkie-ikony-british-museum> (дата обращения: 23.09.2021).
160. Самые популярные в мире выставки и музеи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5616/> (дата обращения: 23.09.2021).
161. Самая ожидаемая выставка года — ретроспектива Ильи Ефимовича Репина (1844–1930) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5617/> (дата обращения: 23.09.2021).
162. Событийные календари Алтайского края на 2014–2020 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.visitaltai.info/events/closest-events/?c_year=2015&c_month=01 (дата обращения: 23.09.2021).
163. Событийный календарь Иркутской области [Электронный ресурс]. URL: https://irkobl.ru/sites/tour/working/Sobitiyny_calendar/ (дата обращения: 23.09.2021).
164. Событийный календарь Костромской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: https://kostromatravel.ru/novosti/opublikovany_kalendari_turisticheskikh_sobytiy_kostromskoy_oblasti_na_2020_god (дата обращения: 23.09.2021).

165. Событийный календарь Псковской области на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.pskov.ru/docs/docs/2019/12/MEa33m.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).
166. Темой «Архстояния-2020» стала лень [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/7796/> (дата обращения: 23.09.2021).
167. Туристско-информационный центр города Венёва [Электронный ресурс]. URL: <https://okvenev.ru/turistsko-informacionnyj-centr/> (дата обращения: 23.09.2021).
168. Устав Государственного автономного учреждения Калужской области «Агентство по развитию туризма» [Электронный ресурс]. URL: <https://gauart.ru/assets/files/Устав%202019.pdf> (дата обращения: 23.09.2021).
169. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ (редакция от 31.12.2017) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения: 23.09.2021).
170. Фестиваль «Архстояние» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.stoyanie.ru/arhstoyanie-2020> (дата обращения: 23.09.2021).
171. Фестивальный календарь Белгородчины на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://cloud.mail.ru/public/5mKH/UF4wHmASG> (дата обращения: 23.09.2021).
172. Чешский туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://www.czechtourism.com/home/> (дата обращения: 23.09.2021).
173. Шаблон анализа конкурентных сил в отрасли по Портеру [Электронный ресурс]. URL: actually.pro-5-forces-porter.xlsx (дата обращения: 23.09.2021).
174. 8 июля Дмитрий Медведев проведёт совещание о проекте Стратегии развития туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/announcements/37286/> (дата обращения: 23.09.2021).
175. 10 самых посещаемых в мире выставок декоративно-прикладного искусства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4516/> (дата обращения: 23.09.2021).

176. 10 самых посещаемых в мире выставок современного искусства [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/news/583941> (дата обращения: 23.09.2021).
177. 10 самых посещаемых в мире выставок старых мастеров [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4509/> (дата обращения: 23.09.2021).
178. 50 самых дорогих ныне живущих российских художников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/527/> (дата обращения: 23.09.2021).
179. 50 самых посещаемых художественных выставок мира в 2017 году [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/5616/> (дата обращения: 23.09.2021).
180. 50 самых посещаемых художественных выставок Москвы и Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4523/> (дата обращения: 23.09.2021).
181. 220-летие Эжена Делакруа отмечают в Лувре [Электронный ресурс]. URL: <http://art-and-houses.ru/2018/04/03/220-letie-ezhena-delakrua-otmechayut-v-luvre/> (дата обращения: 23.09.2021).
182. X Международный фестиваль фольклора и ремесел «Двенадцать ключей» [Электронный ресурс]. URL: https://culture.tularegion.ru/press_center/meropriyatiya/x-mezhdunarodnyy-festival-folklor-a-i-remesel-dvenadtsat-klyuchey/ (дата обращения: 23.03.2021).
183. XIII Международный фестиваль фольклора и ремесел «Двенадцать ключей» [Электронный ресурс]. URL: <https://chemodanus.ru/events/tulskaa-obl-a/xiii-mezhdunarodnyi-festival-folklor-a-iremesel-dvenadtsatkliuchei/> (дата обращения: 23.09.2021).
184. «12 ключей» без кимовчан [Электронный ресурс]. URL: <http://rbudny.ru/news/12-klyuchey-bez-kimovchan/> (дата обращения: 23.03.2021).
185. Colour production, spol. s r.o. [Электронный ресурс]. URL: https://www.zivefirmy.cz/?cf=1307590#_=_ (дата обращения: 23.09.2021).

186. Colour of Ostrava [Электронный ресурс]. URL: <https://www.colours.cz/o-festivalu/colourspedia#:~:text=P%C5%99es%2025.000%20n%C3%A1v%C5%A1%C4%9Bvn%C3%ADk%C5%AF> (дата обращения: 23.09.2021).
187. Colours of Ostrava je ziskem pro kraj [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ostravanews.cz/colours-of-ostrava-ziskem-kraj/> (дата обращения: 23.09.2021).
188. Eurostat [Электронный ресурс]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5967138/KS-32-10-374-EN.PDF/07591da7-d016-4065-9676-27386f900857?version=1.0> (дата обращения: 23.09.2021).
189. Festival Colours of Ostrava přijde o podporu Agrofertu, o hudební hvězdy se ale bát nemusí [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e15.cz/magazin/festival-colours-of-ostrava-prijde-o-podporu-agrofertu-o-hudebni-hvezdy-se-ale-bat-nemusi-1359274> (дата обращения: 23.09.2021).
190. Festival «Burning Man» [Электронный ресурс]. URL: <https://burningman.org> (дата обращения: 23.09.2021).
191. Festival «Burning Seed» [Электронный ресурс]. URL: <http://burningseed.com/> (дата обращения: 23.09.2021).
192. Festival «Dragon Burn» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dragonburn.org/> (дата обращения: 23.09.2021).
193. Festival «Kiwiburn» [Электронный ресурс]. URL: <https://kiwiburn.com/> (дата обращения: 23.09.2021).
194. Festival «Land Art Mont–Saint–Hilaire» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.landart-creations-sur-le-champ.ca/> (дата обращения: 23.09.2021).
195. Festival «Landart international festival» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.landart.su/eng/> (дата обращения: 23.09.2021).
196. Festival «Land Art Camp Belarus» [Электронный ресурс]. URL: <https://whitelandcamp.com/> (дата обращения: 23.09.2021).
197. Festival «Nowhere» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.goingnowhere.org/> (дата обращения: 23.09.2021).

198. Festivalu Colours of Ostrava se daří i ekonomicky, zdvojnásobil zisk [Электронный ресурс]. URL: https://www.idnes.cz/ostrava/zpravy/festivalu-colours-of-ostrava-se-dari-i-ekonomicky.A180818_421734_ostrava-zpravy_jog (дата обращения: 23.09.2021).
199. Harrogate International Festivals [Электронный ресурс]. URL: <https://harrogateinternationalfestivals.com/> (дата обращения: 23.09.2021).
200. Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts [Электронный ресурс]. URL: <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/> (дата обращения: 23.09.2021).
201. Mall Galleries [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mallgalleries.org.uk/whats-on> (дата обращения: 23.09.2021).
202. On the 350th Anniversary of Rembrandt's Death, the Artist's Hometown Is Staging the First Show Dedicated to His Early Work [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/exhibitions/350th-anniversary-rembrandts-death-1695384> (дата обращения: 23.09.2021).
203. The Louvre's Critically Acclaimed Delacroix Show Gets Record-Breaking Attendance [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/exhibitions/delacroix-louvre-visitor-records-1324919> (дата обращения: 23.09.2021).
204. The Louvre's Leonardo da Vinci Extravaganza Brought in Nearly 1.1 Million Visitors, Shattering Previous Attendance Records [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/art-world/louvre-leonardo-da-vinci-attendance-record-1786629> (дата обращения: 23.09.2021).
205. There Will Never Be Another Show of Northern Renaissance Master Jan van Eyck Like the One About to Open in Belgium [Электронный ресурс]. URL: <https://news.artnet.com/exhibitions/van-eyck-exhibition-ghent-1757655> (дата обращения: 23.09.2021).