

**Е.Н. Волк, Ю.Е. Симонова**

Пермский государственный национальный исследовательский университет

**УДК 338.48**

## УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ

**В** статье представлены возможности реализации проектного подхода в событийном туризме. На примере успешных проектов в отечественной и зарубежной практике событийного туризма рассмотрены этапы реализации и особенности проектной деятельности в туризме. На основании статистической информации и по результатам исследования Агентства Festival Insights определены целевые группы потребителей событийных мероприятий разного уровня, а также выявлены приоритетные критерии выбора событийных мероприятий целевой аудиторией. Наряду с зарубежным и отечественным опытом также описаны примеры реализации различных видов проектов в туризме, источники и объемы их финансирования на уровне регионов РФ.

**Ключевые слова:** туризм, событие, проект, управление, фестиваль, потребитель, индустрия, регион, статистика

**E.N. Volk, Y.E. Simonova**

Perm State University

### MODERN FEATURES OF TOURISM SPATIAL DEVELOPMENT

The article presents the possibilities of implementing the project approach in event tourism. On the example of successful projects in the domestic and foreign practice of event tourism, the stages of implementation and features of project activities in tourism are considered. Based on statistical information and the results of the Festival Insights Agency's research, the target groups of consumers of event events of different levels were identified, and priority criteria for selecting event events by the target audience were identified. Along with foreign and domestic experience, examples of implementation of various types of projects in event tourism, sources and volumes of their financing at the regional level of the Russian Federation are also described.

**Keywords:** tourism, event, project, management, festival, consumer, industry, region, statistics.

Проектный менеджмент в современном мире помогает в решении многих управленческих задач на разных уровнях. Все чаще проектный подход находит применение в туристской отрасли. Для регионов сегодня важно проведение событийных мероприятий, различных тематических фестивалей, поскольку это определяет развитие туристской инфраструктуры в целом. Проектный подход позволяет удовлетворить потребность в интеграции туристского бизнеса, органов власти, малого

и среднего предпринимательства. Благодаря эффективному взаимодействию сторон происходит успешная реализация проектов. Современный событийный туризм представляет собой комплекс составляющих (гастрономическая, культурная, творческая и др.), чтобы привлечь как можно больше гостей. Активные туристы сегодня хотят видеть что-то качественное, яркое и запоминающееся, желают открывать для себя новое. Именно в этом им помогают событийные туры.

Проектная деятельность в сфере туризма — это работа по установленному плану с решением исследовательских и практических задач для привлечения туристов. Главной целью проектной деятельности служит достижение определенного запланированного результата, который выражается в продукте или услуге. Например, главной целью может служить разработка проекта организации и проведения

© Волк Е.Н., Симонова Ю.Е., 2020

**Волк Елена Николаевна,**

к.э.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

Lekos1@yandex.ru

**Симонова Юлия Евгеньевна,**

студентка 5 курса географического факультета, кафедра туризма ПГНИУ;

julia81996@mail.ru

фестиваля народных и художественных промыслов в регионе.

Проект, несомненно, нужно администрировать. Иными словами, следует грамотно использовать современные средства и методы управления проектом. В этой связи особенно важны такие составляющие, как: управление командой проекта, внутренними и внешними коммуникациями, проектной информацией, а также ее сбором и системным хранением. Все это — непростые процессы. Проект может быть организован за один месяц, но может быть и такое, что для этого потребуются полгода и больше. Методология управления проектами предусматривает создание специальной «команды» проекта, а основным методом, применяемым при его разработке, является креативный подход [5, с.119].

В теории проектного менеджмента выделяют виды и типы проектов по различным критериям. Обычно рассматриваются классические типы проектов, классифицированные по масштабу, сложности, по требованиям к качеству и способам его обеспечения, по характеру проекта и уровню участников, по объекту инвестиционной деятельности, сроку реализации, качеству исполнения, по имеющимся ресурсам и т.д.

В индустрии туризма выделяют специальные виды проектов, адаптированных к туристской деятельности:

- 1) инвестиционный проект (определение капитальных вложений в создание и развитие туристской инфраструктуры);
- 2) инновационный проект (разработка новых турпродуктов, услуг и т.д.);
- 3) международный проект (разработка и реализация проекта с привлечением иностранной стороны).

Проект нужен для создания определенного продукта или услуги и далее для привлечения туриста. Продукт проекта в сфере туризма, как правило, уникален, однако, встречаются и типичные проекты.

Проект определяют несколько признаков: во-первых, проект всегда конечен (есть начало и завершение); во-вторых, проект уникален (процессы реализации проекта неповторимы); в-третьих, при организации и реализации проекта возникает потребность в краткосрочной организационной структуре; в-четвертых, проект носит временный характер; в-пятых, предъявляются высокие требования к планированию, управлению и контролю.

Ведущим элементом управления проектами является жизненный цикл проекта. Проект в сфере туризма, как и во многих других отраслях, проходит ряд классических

этапов. Первый этап — начальный, второй — проектирование турпродукта, третий — разработка турпродукта, четвертый — получение готового продукта, подведение итогов, анализ.

Перед началом процесса управления следует определить всесторонние проектные особенности, задуматься об ограничениях. Во-первых, продумать содержание цели: т.е. что мы создаем? Для кого мы создаем продукт? Что нам нужно сделать для претворения цели в жизнь? Во-вторых, поставить временное ограничение: сколько времени понадобится для достижения этой цели? Как одну большую цель или задачу декомпозировать на множество небольших? В-третьих, какой объем средств нужно вложить в конкретный проект, как при этом минимизировать издержки? Важно определить целевую аудиторию, портрет потребителя потенциального проекта. Выявить потребности рынка, определить конкурентов, если такие имеются, провести маркетинговые исследования. Эксперты-практики считают, что грамотное управление проектами — это ключ к стратегическому успеху компании [7].

В рамках данной статьи представлено одно из туристских направлений — событийный туризм, как разновидность культурно-познавательного туризма. Это туры, которые сбалансированы по отдыху и участию в зрелищных массовых мероприятиях (спортивной, музыкальной, этнической, социальной и другой направленности).

Событийный туризм в наше время развивается быстрыми темпами, поскольку для организации этого вида туризма существует большое количество самых разнообразных поводов, к тому же событийные туры имеют круглогодичный характер проведения. Зимой проходят Рождественские фестивали, новогодние маскарады, праздничные развлекательные ярмарки. Весной это традиционная встреча Масленицы, гастрономические фестивали. Летом, как правило, проводится множество этнических, музыкальных и кинофестивалей. Осенью, к примеру, могут проводиться фестивали исторической реконструкции, ежегодные праздники сбора урожая и виноделия.

Чтобы подготовить проекты проведения подобных событий, организаторы тщательно продумывают концепцию мероприятий, идеи, определяют вид и формат мероприятия (фестиваль, праздник и т.д.), составляют программу с подробным таймингом. Так, в условиях пандемии получили развитие технологии удаленного участия и вовлечения зрителей средствами интернета, радио и телевидения. Проведение онлайн концертов, выставок

и спектаклей в режиме стрим имеет большую популярность (судя по огромному количеству просмотров) такого контента [1, с. 46]. Появились даже совершенно новые форматы, например, выступления артистов в игровых серверах. Далее определяют территорию проведения (в черте города, в селе и т.д.), площадки, зонирование; занимаются выбором подрядчиков. Далее важными становятся грамотно составленная смета мероприятия и само распределение выделенных средств. Ведется работа со спонсорами, с органами власти. Крайне важным считается и продвижение событийного мероприятия. Во времена развития технических и технологических возможностей, отмечают современные исследователи, главенствующее место занимает Интернет. А именно: освещение мероприятий в социальных сетях, переход на страницы мероприятия по QR-кодам, публикации информации в Интернет-СМИ имеет на сегодня наибольший охват среди потребителей. Если у потенциального гостя фестиваля возник вопрос, то зачастую он может сразу связаться с организатором и уточнить всю интересующую информацию, что значительно экономит время. Дополнительно, конечно же, это могут быть подготовленные сюжеты на телевидении, яркие промо-материалы с логотипами фестиваля, которые могут заинтересовать гостей и участников.

Что касается целевой аудитории событийного туризма, то ее можно классифицировать по различным критериям в зависимости от тематики мероприятия, его содержания. Возраст гостей и участников может быть не ограничен, поскольку на сегодняшний день существует множество видов, форм и уровней мероприятий. К таким мероприятиям относятся:

- Национальные фестивали и праздники (фестиваль Святого Патрика в Великобритании).
- Театрализованные шоу (фестиваль «Цирк будущего» во Франции).
- Фестивали театра и кино (фестиваль в Каннах).
- Гастрономические фестивали (Октоберфест в Германии).
- Цветочные фестивали и выставки (фестиваль цветов в Валенсии).
- Музыкальные фестивали и мероприятия (Международный фестиваль органной музыки в России).
- Спортивные события (Пермский международный марафон, фестиваль Red Bull Flugtag в России).

Как же происходит разработка таких проектов? На первом (концептуальном) этапе,

отмечают исследователи, происходит сбор исходных данных, анализ данных, выявляются потребности в проекте. Формулируется цель проекта, основные требования к нему. Устанавливаются участники проекта, т.е. формируется команда проекта. Определяется необходимое количество ресурсов. Строится концепция проекта, происходит ее экспертиза.

Второй этап — проектирование турпродукта. Формируется полная команда разработчиков проекта, распределяются роли. Происходит развитие концепции проекта, корректировка элементов. Определяется структура турпродукта. Разрабатывается смета реализации турпродукта.

Этап третий — разработка турпродукта. Оперативное и текущее планирование работ. Контроль над выполнением работ. Разработка технологической карты при выполнении процессов. Поиск и установление деловых контактов. Юридическое оформление хозяйственных связей. Разработка и оформление проектной документации. Проектная документация должна содержать требования безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, охрану окружающей среды [2]. Расчет и определение показателей качества турпродукта. Калькуляция цены турпродукта.

Четвертый, последний этап. Планирование процесса завершения проекта. Подготовка и комплектование персонала для его введения. Подготовка инструктивно-нормативной документации для участников проекта. Утверждение готового продукта. Контроль.

Развитие событийного туризма приносит пользу для регионов. Турист, который приезжает на какой-либо крупный фестиваль (в особенности на такой, который длится не один день), размещается в гостинице, посещает общественные точки питания, возможно и развлекательные заведения, а это приносит дополнительные средства в бюджет региона.

По сообщению эксперта Выставочного научно-исследовательского центра R&C, «На событийный туризм... сейчас приходится порядка 30% турпотока в стране» [9]. Предполагается, что этот показатель в будущем будет расти.

По данным исследования Агентства Festival Insights совместно с крупной премией для европейских музыкальных фестивалей European Festival Awards [4], можно сделать некоторые выводы. Средний возраст посетителей британских и европейских фестивалей — 18–30 лет. «На британских фестивалях около 1/5 всех посетителей — жители юго-востока Великобритании. Доля

Таблица 1

**Средняя посещаемость популярных событийных мероприятий в Европе  
по данным на 2018 год**

Наименование событийного мероприятия	Место проведения	Количество посетителей, млн. чел.	Стоимость входных билетов, €
Фестиваль «Октоберфест»	Мюнхен, Германия	6	от 45
Карнавал в Ницце	Ницца, Франция	1, 2	от 21
Карнавал в Ноттинг-Хилле	Лондон, Великобритания	1, 3	от 12
День Святого Патрика	Дублин, Ирландия	1	6, 5
Фестиваль огня Фальяс	Валенсия, Испания	2	3
Парад любви	Берлин, Германия	1, 5	от 7
Фестиваль искусств «Фриндж»	Эдинбург, Шотландия	1, 3	от 40
Кельнский карнавал	Кельн, Германия	1, 5	от 55
Карнавал в Рио	Рио-де-Жанейро, Бразилия	5	от 54
Фестиваль тюльпанов	Амстердам, Нидерланды	1	от 19

иностранцев (не считая граждан Ирландии) составляет 10–13 %». Исследователи отмечают, что «...на европейских фестивалях в 2017 году больше всего было румын (29,3 %), далее идут сербы (14,1 %), немцы (7,9 %), голландцы (5,9 %) и лишь 0,8 % россиян». Британцы, как утверждает Агентство, в основном «...предпочитают фестивали численностью до 10 000 человек, тогда как жителям «старого света» нравится, когда людей много (больше 30 000)». Многие опрошенные считают, что экономическая нестабильность никак не повлияет на их планы посетить мероприятия в другой раз. Соотношение стоимости билета и организации самого мероприятия более половины опрошенных находит «...в хороших пропорциях».

Если говорить о вопросе посещения событийных мероприятий в Европе, то наиболее привлекательными являются фестиваль «Октоберфест» в Мюнхене, ежегодный карнавал в Рио-де-Жанейро, затем следует фестиваль огня в Валенсии. Около полутора миллионов человек собирают Парад любви в Берлине и красочный карнавал в Кельне. Карнавальное шествие в Ноттинг-Хилле и фестиваль искусств в Эдинбурге собирают на своих площадках около 1,3 млн. гостей и участников. Чуть меньше, с количеством около 1,2 млн. посетителей, проходит костюмированный карнавал в Ницце. Около миллиона человек собирают День Святого Патрика в Дублине и цветочный фестиваль в Амстердаме (см. Таблицу 1).

Согласно данным официального сайта Национального календаря событий России [6] проходят следующие событийные мероприятия:

На основе анализа данных таблицы 2, можно отметить, что большей популярностью пользуются фестивали гастрономической

и музыкальной направленности (принимают от 50 до 200 тысяч человек ежегодно). Около 180 тысяч человек собирает фестиваль «Рождественская сказка в Вологде». Популярны в наше время фестивали исторической реконструкции, например, «Поле Куликово», носящий статус международного. Фестиваль русского валенка в Ивановской области принимал около 2 000 гостей, чем еще больше укрепил местный бренд. Фестиваль творческих коллективов «Родники России» принимает около 1000 человек из других регионов и стран. Профессиональный международный фестиваль ледовой скульптуры «Хрустальный Томск» принимал команд из России, ближнего и дальнего зарубежья, в общей сложности около 200 человек. Уникальный фестиваль колокольного звона, знакомящий с самобытными исполнителями, принимал, по данным организаторов на 2018 год, 114 человек.

При анализе отечественной практики проектной деятельности в области событийного туризма выявлены следующие аспекты:

В России проходит большое количество событий разной направленности: это и гастрономическая, и музыкальная, и экологическая, и культурно-историческая.

Почти каждый день в регионах проводятся мероприятия разного масштаба. Некоторые из них по результатам конкурсного отбора Национального календаря событий EventsInRussia входят в «ТОП 200 лучших событий года».

Поскольку количество событийных мероприятий за рубежом продолжает расти, то с большой долей вероятности можно предположить, что и на территории нашей страны этот опыт будет применяться и в ряде случаев адаптироваться.

По данным сборника успешных проектов регионов России, изданным Министерством



Таблица 2

**Средняя посещаемость событийных мероприятий в России по данным на 2018 год**

Наименование событийного мероприятия	Место проведения	Количество посетителей	Стоимость входных билетов, руб.
Фестиваль «Вкус Якутии» (среди ресторанов)	Якутск, р. Саха (Якутия)	около 50 тыс. чел.	—
Музыкальный фестиваль «Усадьба Jazz»	Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Екатеринбург, Воронеж, Доброград	около 250 тыс. чел.	3500
Фестиваль еды в Петербурге «О, да! Еда!»	Санкт-Петербург	около 250 тыс. чел.	200–500
Рок-фестиваль «Нашествие»	с.п. Большое Завидово, Тверская область	более 200 тыс. чел.	1900
Фестиваль «Рождественская сказка в Вологде»	Вологда, Вологодская область	около 180 тыс. чел.	Вход свободный
Фестиваль «Родники России»	Чебоксары, р. Чувашия	около 1000 чел.	Вход свободный
Всероссийский фестиваль колокольного звона	Елабуга, р. Татарстан	114 чел.	Вход свободный
Международный военно-исторический фестиваль «Поле Куликово»	д. Ивановка, Тульская область	около 30 тыс. чел.	1850 (комплексный семейный билет на 3 дня)
Всероссийский фестиваль русского валенка	г. Наволоки, Ивановская область	около 2000 чел.	Вход свободный
Международный фестиваль ледовой скульптуры «Хрустальный Томск»	г. Томск, Томская область	около 200 чел.	Вход свободный

культуры Российской Федерации в 2015 году [3], культурные проекты по различным видам подразделяются на проекты государственно-частного партнерства, инвестиционно-девелоперские проекты, системные социокультурные практики, событийные проекты на коммерческой основе, спонсорские проекты. В проектах государственно-частного партнерства в качестве источника финансирования часто выступают федеральные бюджеты, республиканские бюджеты, частные инвестиции. Например, в сборнике описывается создание сельского парка «Околица» как центра событийных мероприятий региона в Сибирском федеральном округе, объем инвестиций составил около 600 млн. руб. (источниками финансирования выступали областной бюджет в рамках государственной программы «Развитие культуры и туризма в Томской области, средства ОГАУ ЦДСО «Томь», а также предприятия малого и среднего бизнеса). Сроки реализации такого проекта: 2013–2030 гг. В качестве инвестиционно-девелоперских проектов авторы приводят в пример создание туристско-рекреационного кластера «Хрустальный город» в Центральном федеральном округе; инвесторами выступили Правительство Брянской области, частный инвестор, глава муниципального образования «Дятьковский район». Объем инвестиций

составил 1 320 692 млн рублей. Сроки реализации: 2015–2032 гг. Примером системной социокультурной практики выступает создание туристско-рекреационной зоны кластерного типа «Центр ремесел» в Приволжском федеральном округе. Источниками финансирования являются в данном случае частные инвестиции при участии НП «Ремесленная палата». Общий объем инвестиций составил не менее 2 285 млн рублей. Сроки реализации: 2017–2030 гг. Примером событийного проекта в Центральном федеральном округе служит Международный молодежный фестиваль исторической реконструкции «Рус-борг». Источником финансирования выступают областной бюджет, средства Липецкой областной молодежной общественной организации «Военно-исторический клуб «Копье», средства спонсоров. Общий объем инвестиций: 1,1 млн. руб. Сроки реализации: ежегодно с 2005 года. Примером спонсорского проекта может служить Международный Дягилевский фестиваль в Приволжском федеральном округе, где источниками финансирования выступали средства бюджета Пермского края и средства ОАО «Нефтяная компания «Лукойл». В 2015 году объем инвестиций составлял около 10 млн рублей. Сроки реализации: фестиваль создан в 2003 году, а с 2011 года проводится ежегодно. Можно

отметить, что вышеперечисленные фестивали имеют разный масштаб, инвестиционные вложения и долгосрочную перспективу реализации. Можно отметить, что проекты задействуют и частный, и государственный сектор. Иными словами, у представителей органов власти и бизнеса есть интерес в продвижении таких проектов, интерес к тому, чтобы вкладывать в них средства.

Подводя итоги, отметим, что проектная деятельность в сфере туризма — это работа исследовательского и практического характера, главной целью которой является привлечение туристов в регион, страну. Проектная деятельность по организации событийных мероприятий — непростой процесс, он проходит ряд этапов, требует особого внимания и контроля со стороны команды проекта. Важным фактором для развития событийного потенциала регионов России является наличие отлаженных механизмов продвижения региона в качестве событийной дестинации как в России, так и за ее пределами. Исследователи ВНИЦ R&C анализируют, есть ли у региона туристический или событийный бренд, утвержденная программа продвижения региона, участвуют ли представители региона в российских и зарубежных специализированных выставках событийной и туристической индустрии [8]. Анализируя зарубежный и российский опыт проектирования в событийном туризме, хочется отметить, что на сегодняшний день есть то, над чем следует работать (например, над единством методологической базы, упорядочением статистической информации). С каждым годом, однако, растет количество событий и за рубежом, и в нашей стране, эта тенденция сохраняется. Данная тема представляет интерес для дальнейшего изучения. Авторы

приглашают к сотрудничеству всех заинтересованных в развитии событийного туризма в регионах.

#### Библиографический список

1. Ведерников А.П. Событийный туризм в реалиях пандемии-2020. // География и туризм. №1(5), 2020. С. 45–47.
2. ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов 27 февраля 2014 г. N 64-П.
3. Государственно-частное партнерство в сфере культуры: успешные проекты регионов России: сборник Министерства культуры Российской Федерации. — г. Москва, 2015, 200 с.
4. Интернет-издание «COBA». [электронный ресурс]. URL: <https://sova.ponominalu.ru/industry/festivalim/> (дата обращения: 15.11.2020).
5. Крутик А.Б., Биржаков М.Б. Виды и особенности управления проектами в сфере услуг // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки № 1(211), 2015. С. 118–125.
6. Национальный календарь событий России EventsInRussia. [электронный ресурс]. URL: <http://eventsinrussia.com/> (дата обращения: 14.11.2020).
7. Нугайбеков Р.А, Максин Д.Г., Ляшук А.В. Корпоративная система управления проектами: от методологии к практике. — М.: Альпина Паблишер, 2015, 240 с. [электронный ресурс]. URL: <https://www.cfin.ru/itm/project/standards.shtml> (дата обращения: 14.11.2020).
8. Рейтинг событийного потенциала регионов России 2019 на Event-live.ru — деловом портале для профессионалов ивент индустрии. [электронный ресурс]. URL: [https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty\\_852.html](https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_852.html) (дата обращения: 15.11.2020).
9. ТАСС — государственное информационное агентство России. [электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6121199> (дата обращения: 14.11.2020).