

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**ОРГАНИЗАЦИЯ ФЕСТИВАЛЕЙ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ
СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
очной формы обучения, группы 09001534
Марченко Дарины Владимировны

Научный руководитель
ст. преп. Яковенко О.В.

БЕЛГОРОД 2019

Аннотация

В работе представлена разработка проекта «Ежегодного мультиспортивного фестиваля «#На старт» в Белгородской области. Целью проведения фестиваля является увеличения туристической привлекательности региона, развития событийного туризма, привлечения жителей Белгородской области, других регионов России к регулярным занятиям физической культурой и спортом, пропаганды и дальнейшего развития физической культуры и спорта среди населения.

Осуществление проектных мероприятий связано с комплексом действий, включающих различные этапы, а именно учреждение и регистрация организации, занимающейся разработкой и продвижением проекта фестиваля; планирование и организация подготовки и проведения фестиваля, утверждение плана, техническое, информационное и правовое обеспечение, определение количества участников, составление сметы мероприятия, заключение контракта со сторонними организациями для технического и профессионального обеспечения фестиваля, в том числе анимационного характера, привлечение партнеров и спонсоров, разработка и проведение рекламной кампании, обеспечение безопасности на мероприятии, проведение фестиваля, подведение итогов – оценка эффективности, которая характеризуется такими показателями, как чистая современная стоимость – 209,88 тыс. рублей, индекс рентабельности – 2,61, внутренняя норма доходности – 140,39%, окупаемость инвестиционного проекта – 1 год.

Содержание

Введение.....	4
Описание проекта.....	6
Анализ отрасли и локального рынка.....	15
Организационный план и управление проектом.....	28
Маркетинговый план.....	49
Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий.....	63
Заключение.....	72
Список использованных источников.....	75
Приложения.....	80

Введение

Актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы состоит в усилении роли фестивального туризма, как вектора развития отрасли. Данное направление интенсивно развивается и по прогнозам специалистов в ближайшее время прогнозируется сохранение этой тенденции.

Фестиваль в качестве событийного, культурного и художественного явления несет с собой особую праздничную атмосферу, ориентированную на демонстрацию лучших достижений в различных сферах, среди которых – творческие коллективы и исполнители, музыкальные проекты, яркие карнавальные шествия и мероприятия, форумы кинофильмов международного и отечественного масштаба, выставки художников с неожиданными по красоте и неповторимости образов. Основной задачей фестиваля является привнесение свежей струи и ноты в спортивную, культурную, творческую жизнь.

Фестивальный туризм как один из видов событийного туризма, позволяет туристам становиться живыми свидетелями и участниками величайших событий в мире спорта, культуры и искусства. Отличительная особенность фестивального туризма – посещение туристом конкретного мероприятия и его непосредственное вовлечение в происходящие события.

Реализация таких проектов остается в памяти участников, которые становятся избранными, кто видел то, что больше никогда не произойдет. И каждый город, каждая страна, стремясь к максимальному самовыражению, создает то невероятное, неповторимое впечатление волшебного праздника, которое, испытав однажды, уже невозможно забыть.

Россия обладает огромным потенциалом в сфере данного направления туризма, что обуславливает развитие сопутствующей туристской инфраструктуры. В связи с развитием фестивального туризма происходит создание и улучшение уже имеющихся объектов, задействованных в событии, оказывая в целом положительное влияние на направление внутреннего туризма. Имиджевому аспекту отводится важное значение – происходит сокращение

сезонных колебаний туристских потоков, продлевая сезон, наблюдается увеличение числа туристов, по причине их возврата в туристскую дестинацию.

Цель выпускной квалификационной работы – организационно-экономическое обоснование мероприятий по развитию фестивального туризма. Для достижения цели были решены следующие задачи:

- изучено фестивальное движение и его перспективы;
- проведен анализ отрасли и локального рынка;
- описаны мероприятия по организации производства и управлению проектом, сформированы маркетинговый и финансовый планы;
- обоснованы доходы и затраты по проекту, на основании которых проведена оценка эффективности проектных мероприятий.

Объектом исследования является региональная сфера туризма.

Предмет – комплекс мероприятий, направленный на развитие сферы туризма в регионе на основе организации фестиваля.

В качестве теоретической основы выпускной квалификационной работы выступили исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как А.К. Александровой, О.В. Алексеевой, М.Б. Биржакова, С.В. Боголюбова, С.В. Булганиной, О.Я. Гойхмана, Е.Д. Ериной, Н.И. Кабушкина, А. Меньшикова.

Основными источниками информации является статистическая отчетность, данные маркетинговых исследований, периодические источники информации, интернет. При работе над выпускной квалификационной работой применялись методы анализа и синтеза, экспертных оценок, а также экономического, статистического и сравнительного анализа.

Результаты исследования могут служить основой для развития сферы туризма в регионе путем активизации фестивального туризма и быть внедрены в практическую деятельность предприятий индустрии гостеприимства и государственными органами управления.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, пяти основных разделов, списка использованных источников, приложений.

1. Описание проекта

Организация фестиваля выступает перспективным направлением развития туризма. Основной задачей, возникающей перед предпринимательскими структурами и региональными органами власти, является необходимость определения приоритетных видов и направлений. Реализация и продвижение выбранного типа фестиваля обеспечит устойчивое развитие данного направления и послужит катализатором для туристской сферы. Исследование специальных видов туризма способствует выявлению перспективных фестивальных направлений в туризме.

В целом для фестиваля как инструмента событийного маркетинга свойственны следующие характеристики.

1. Предварительное планирование фестиваля.
2. Освещение деятельности организатора с положительной стороны, выступая в качестве события, информирующего в неофициальной форме об успехах.
3. Широкое информационное сопровождение, формирующее общественную значимость, возможное участие знаменитостей.
4. В результате спланированного комплекса организационных мероприятий событие становится традиционным мероприятием.
5. Оригинальность сюжета и эмоциональная вовлеченность участников позволит произвести сильное впечатление на аудиторию [25, с. 136].

Процесс организации фестиваля будет реализован в три стадии, путем планирования, собственно проведения и подведения итогов мероприятия.

В целях обеспечения успеха мероприятия следует выбрать и определить основные характеристики фестиваля по таким критериям, как масштаб, место проведения, тематика, стоимость. Анализ информации позволил выявить основные различия, определяемые выбранной целевой группой:

- по масштабу организации различают городское, региональное, федеральное (всероссийское) мероприятие и событие мирового уровня;

- в зависимости от места проведения – открытый воздух (open air), помещение;

- тематика фестиваля – спортивный, музыкальный, танцевальный, театральный, кинематографический;

- стоимость участия – платная, бесплатная [17, с. 162].

Планируется организация спортивного фестиваля под названием – «Ежегодный мультиспортивный фестиваль «#На старт». Он будет сочетать проведение мероприятий на открытом воздухе (open air) на платной основе.

Разрабатываемый проект является событием по развитию новой, перспективной формы регионального сотрудничества – регулярный фестиваль различных видов туризма и спорта в природной среде, проводимого на территории Белгородской области. Проведение фестиваля планируется один раз в год.

Реализуемое событие – мероприятие, сочетающее в себе спортивный фестиваль и развлекательные события. Концепция проекта будет выходить за рамки одного мероприятия. Это сообщество свободных и позитивных людей, которые занимаются различными видами спорта, ежегодно встречаются на фестивале, чтобы пообщаться, отдохнуть и отлично провести время.

«Ежегодный мультиспортивный фестиваль «#На старт» будет проводиться в целях:

- увеличения туристической привлекательности региона, развития событийного туризма;

- привлечения жителей Белгородской области, других регионов России к регулярным занятиям физической культурой и спортом;

- пропаганды и дальнейшего развития физической культуры и спорта среди населения;

- реализации комплекса информационно-пропагандистских мер по формированию общественного мнения о необходимости ведения здорового образа жизни и потребности в систематических занятиях физической культурой и спортом;

- становления и развития семейного спорта;
- пропаганды отечественного туризма.

Задачи, которые планируется реализовать при организации мероприятия:

- проведение спортивно-развлекательного фестиваля и соревнования в регионе;
- привлечение широких слоёв населения к систематическим занятиям физической культурой и спортом, формирование здорового образа жизни;
- организовать участие делегации различных регионов в спортивном фестивале и обмен опытом в области организации физкультурно-массовых мероприятий;
- укрепление семейных ценностей;
- создать условия для регулярного проведения спортивного фестиваля;
- внести вклад в развитие въездного туризма путем создания максимально широкого привлечения как любителей спорта, так и зрителей.

Отличительной особенностью проводимого фестиваля будет представление мероприятия в виде серии событий, сочетающих спортивные и развлекательные мероприятия, на протяжении выходных.

Осуществление фестивального мероприятия является сложной и ответственной организацией по причине ряда факторов и большого числа участников – региональные органы власти, инвесторы, гости и собственно участники. В связи с этим при организации следует обеспечить:

- четкую систему планирования на всех этапах – начиная с процесса подготовки и заканчивая проведением мероприятия;
- распределение функциональных обязанностей с определением зон ответственности среди сотрудников с назначением на каждый этап работ лиц ответственных за выполнение;
- соответствие технической базы проводимому мероприятию;
- контроль исполнения распоряжений [18, с. 72].

Общее руководство подготовкой, организацией и проведением мероприятия будет осуществлять АНО «На старт», которое будет учреждено для развития фестивального движения в регионе.

Организация и проведение фестиваля также будет осуществляться при поддержке:

- Департамента экономического развития Белгородской области;
- Департамента экономического развития администрации города Белгорода;
- Управления физической культуры и спорта Белгородской области;
- Управления по физической культуре и спорту администрации города Белгорода;
- УМВД России по Белгородской области;
- Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области;
- Белгородской региональной общественной организации «Федерация легкой атлетики»;
- Белгородской региональной спортивной общественной организации «Федерация плавания»;
- Федерации велоспорта Белгородской области;
- Белгородской областной федерации волейбола;
- Центра пляжных видов спорта SportAngar;
- Белгородской региональной общественной организации «Федерация футбола»;
- Белгородской Ассоциации содействия развитию сферы гостеприимства, отдыха и развлечений;
- НИУ «БелГУ»;
- Белгородского государственного института искусств и культуры.

Программа фестиваля будет включать в себя 5 блоков и состоять из следующих площадок: бег, плавание, велогонка, пляжный волейбол, футбол.

Каждому участнику на стойке регистрации планируется выдача стартового пакета в результате оплаты стартового взноса.

Мероприятия по программе фестиваля расписаны с пятницы до воскресенья. Подготовка программы мероприятия предусматривает составление:

- внешней программы мероприятия, которая будет в распоряжении участников фестиваля;
- внутреннего положения для организаторов фестиваля, более развернутого, включающего подробное описание мероприятий [36, с. 5].

Торжественное открытие и закрытие будут проведены с участием – почетных гостей и высокопоставленных лиц.

В программу фестиваля планируется включение спортивных и развлекательных мероприятий, среди которых:

- функциональная тренировка «Зарядка со звездой»;
- спортивные соревнования на площадках «Бег», «Плавание», «Велогонка», «Пляжный волейбол», «Футбол»;
- мастер-класс по йоге;
- стретчинг;
- шоу-программа;
- салют;
- турнир по шахматам;
- afterparty «#На старт»;
- обзорная экскурсия по г. Белгород;
- экскурсия «Прохоровское поле – Третье ратное поле России».

Фестиваль планируется как летнее спортивное мероприятие и будет проводиться, начиная со второй субботы июля. Привязки к конкретным датам не будет, чтобы не нарушить определенную концепцию в форме проведения мероприятия в выходные дни.

Локация мероприятий будет иметь широкий охват по г. Белгород и Белгородский район, что позволит одновременно задействовать большее число предприятий:

– суббота: 7.00 – 24.00 – акватория пляжа «Лазурный», фестивальная площадка «Пикник парка», Парк Победы, акватория пляжа «Островок», автодорога с. Нижний Ольшанец – с. Беловское, акватория пляжа ГК «Белогорье», стадион БРОО ФФ, акватория пляжа ГК «Белогорье», ресторан «Лес и лис»;

– воскресенье – 9.00, 10.00, 11.00 – обзорная экскурсия по г. Белгород, начало маршрута – Музейная площадь, 12.00 – 17.00 – экскурсия «Прохоровское поле – Третье ратное поле России», начало маршрута – Музейная площадь.

В качестве основных организаций, привлекаемых при реализации проекта, выступают:

– предприятия размещения – гостиницы «Веретено», «Европа», «Белогорье», «Ривьера»;

– предприятия питания – рестораны «Веретено», «Лес и лис», «Фамильный дом вкуса», «Кейтеринг Белогорья»;

– транспортные компании – «РИНГ-М», «BelgorodBUS»;

– агентства развлечений – «АРТ ЛЭНД»;

– информационно-компьютерная система – <https://reg.place>, «RussiaRunning.Timing»;

– СМИ – «Бел.RU», «BF», «FONAR.TV», 2do2go.ru, Радио ENERGY.

Участие ряда компаний планируется на принципах государственно-частного партнерства.

Соревнования проводятся среди любительских непрофессиональных команд и непрофессиональных спортсменов – любителей по таким направлениям, как: бег, плавание, велогонка, пляжный волейбол, футбол, проживающие на территории города или области. Также планируется популяризация данного направления и привлечение к участию спортсменов-любителей и зрителей из разных городов ЦФО благодаря широкой информационной поддержке – радио, глянцевого журналы, новостные интернет-порталы и социальные сети, билборды (наружная реклама).

В спортивной программе фестиваля разыгрываются:

- личное первенство;
- командное первенство;
- дети.

Первенства по видам программы определяются согласно правилам проведения соревнований по видам спорта.

К участию в мероприятии допускаются все желающие от 7 лет и старше, принявшие условия публичного договора-оферты по оказанию услуг по электронной регистрации, присвоению стартового номера, организации и проведению, а также оплатившие стартовый взнос.

Заявленный проект предусматривает участие минимум 1000 человек – максимум 2300 человек.

При организации каждому участнику мероприятия необходимо четко определить функции и предоставить инструкции, следовать тайм-плану мероприятия. Целесообразно позаботиться об аудитории: расставить указатели, обеспечить мероприятие охраной, бригадой медицинской помощи, туалетами, источниками бесплатной воды и платной еды, а также отдельными помещениями для отдыха. Работу с представителями СМИ следует поручить отдельному человеку, который будет задействован только в этом направлении. За каждый участок организации должен отвечать определенный человек, который знает свои обязанности и несет ответственность за качество выполняемой работы. Один человек может совмещать несколько видов работ, если его ресурсов хватает для выполнения поставленных задач [5, с. 167].

В целом процесс проведения фестиваля будет включать следующие этапы:

- выбор компаний-подрядчиков;
- заключение договоров поставщиками услуг и субагентами;
- осуществление разработки программы мероприятия с учетом временного фактора;
- выбор каналов коммуникации и продвижение мероприятия;

- аккредитация представителей СМИ;
- подготовка пресс-релизов и информационных статей;
- поиск и работа со спонсорскими организациями и компаниями-партнерами фестиваля;
- разработка и подготовка сувенирной и полиграфической продукции [29, с. 27].

Организация работы в направлении туризма позволяет:

- расширить потенциальную аудиторию фестиваля, увеличивая географический охват, в том числе путем привлечения зрителей и участников из других регионов и, возможно, иностранных туристов;
- обеспечить получение дополнительной прибыли за счет групповых продаж;
- осуществлять продвижение и рекламу фестиваля по средствам организаций туристской индустрии;
- увеличить продажи сувенирной продукции, рассчитанные на туристов;
- усилить привлечение спонсорских компаний в результате формирования привлекательного образа фестиваля.

Предварительная регистрация на мероприятия, проводимая в рамках фестиваля, предоплата арендаторов позволит снизить коммерческие риски проекта.

Также при разработке и организации будет учтен такой фактор, как включение помимо основной услуги, а именно посещение мероприятий фестиваля, гостям из других регионов будут представлены следующие услуги:

- расселение и обеспечение трансфером;
- необходимость в информационной, печатной, сувенирной продукции;
- иностранным туристам – гид-переводчик;
- комплекс мероприятий сопутствующего плана: проведение банкетного обслуживания, экскурсии [19, с. 45].

С позиции региональных властей проведение фестиваля позволит обогатить социально-экономическую инфраструктуру области и развить межрегиональное сотрудничество, приведет к увеличению занятости населения и улучшению их жизненного уровня, послужит средством организации досуга населения и возможностью рационального использования свободного времени, будет способствовать повышению уровня населения в культурной, спортивной и образовательной сфере, росту туристского потока и инвестиционной привлекательности региона.

Организация и проведение фестиваля окажет положительное воздействие в обогащении туристской деятельности. При этом позволит расширить ассортимент региональных турпродуктов в рамках событийного туризма, повысить привлекательность области, уровень культуры и послужит расширению кругозора туристов, обеспечению улучшения экономического благополучия территории в результате увеличения потока туристов.

Проект будет способствовать росту доходности, характеризоваться массовыми потоками, приведет к сглаживанию сезонных колебаний, и что особенно важно обладает высокой степенью прогнозируемости.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Событийный туризм является достаточно молодым и чрезвычайно интересным направлением туризма. Уникально сформированные туры сочетают как услуги, обеспечивающие отдых, так и возможность участия в зрелищных мероприятиях, что обеспечивает постепенное завоевание все большей популярности. Для событийного туризма характерна непередаваемая праздничная атмосфера в сочетании с индивидуальными условиями отдыха и незабываемыми впечатлениями. Главной особенностью событийного туризма выступает его перспективность и динамичное развитие по причине стремления посещения туристами всевозможных ярмарок, выставок, концертов, фестивалей [16, с. 35].

В качестве перспективного направления событийного туризма следует выделить фестиваль туризм, ориентированный на посещение таких мероприятий, как национальные и международные фестивали, конкурсы, зрелищно-костюмированные празднества, спортивные соревнования и др. Фестивальный туризм активно развивается во всём мире, привлекая тысячи туристов стать зрителями или участниками массовых грандиозных событий. Это отдых насыщенный яркими впечатлениями, возможность зарядиться позитивом, насладиться атмосферой праздника, веселья и вдохновения.

Проведение фестивального мероприятия, как правило, заранее определено в соответствии с такими факторами, как время (непродолжительность – 2 – 5 дней), территория (страна, регион, город, концертный или театральный зал), тематика и цель. Фестиваль в качестве культурной акции предусматривает наличие собственного целевого сегмента.

Развитие истории фестивального движения началось в Англии и было представлено массовыми гуляниями или празднествами, сопровождающимися выступлениями музыкантов, театра или цирка [39].

Организация фестивального туризма учитывает тематику событий, в соответствии с которой выделяют основные группы фестивалей.

Кинофестивали, сопровождающиеся демонстрацией фильмов и приездом их авторов. Для большинства фестивалей характерно проведение конкурса фильмов с вручением призов (гран-при, приз зрительских симпатий и прочие). К числу наиболее престижных кинофестивалей относятся – Берлинский кинофестиваль (Германия), Венецианский кинофестиваль (Италия), Каннский кинофестиваль (Франция), Монреальский кинофестиваль (Канада), Московский кинофестиваль (Россия), Сан-Себастьянский кинофестиваль (Испания), кинофестиваль в Токио (Япония), Шанхайский кинофестиваль (Китай), Сочинский «Кинотавр» [14, с. 85].

Музыкальные фестивали и конкурсы, представленные в различных направлениях и стилях музыки (вокальная, инструментальная, классическая, народная музыка, поп-музыка, блюз, джаз, кантри, регги, рок и др.). Проведение музыкальных фестивалей осуществляется на регулярной основе. Среди наиболее популярных можно выделить фестиваль джаза в Монтре (Швейцария), оперного искусства в Вероне (Италия), музыкальный конкурс «Евровидение», международный музыкальный конкурс «Новая волна», музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского в Москве (Россия) и др.

Проведение театральных фестивалей, театрализованных и цирковых шоу – «Stromereien» (Цюрих, Швейцария), «Цирк будущего» (Париж, Франция), шоу «Lord of the Dance» (Великобритания).

Организация фестивалей изобразительного искусства по скульптуре, живописи, графике, фотоискусству, цифровой живописи, компьютерной графике, декоративно-прикладному искусству, микроминиатюре, каллиграфии, дизайну – международный фестиваль песчаных скульптур (Мельбурн (Австралия), Бланкенберг (Бельгия), Берлин (Германия)), фестиваль ледяной скульптуры в Брюгге (Бельгия).

Гастрономические фестивали с включением презентаций, дегустаций кулинарных произведений, мастер-классов сочетаются с шоу-программами, основываясь на знакомстве с национальными кухнями, культурными традициями и обычаями – фестиваль пива «Oktoberfest» в Германии, праздник мо-

лодого вина «Божоле Нуво» во Франции. Фестивали и выставки цветов, как правило, проводятся в странах в определенный период, связанный с цветением каких-либо видов цветов – выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); фестиваль хризантем (Япония); выставка тюльпанов (Нидерланды); фестиваль бонсай, Нара (Япония); фестиваль роз, Казанлук (Болгария) и др.

Проведение fashion-показов определяет фестивали моды («Men's Fashion» и «Ready to Wear» в Париже, «Milano Moda Bouna» в Милане).

Национальные фестивали и праздники – фестиваль Святого Патрика в Лондоне (Великобритания), фестиваль Святого Патрика в Дублине (Ирландия), фестиваль культур в Берлине (Германия) [51].

Спортивные события в виде Олимпиад и международных спортивных состязаний, автогонок «Формула-1» и NASCAR. Необычные фестивали, среди которых фестиваль воздушных змеев в Таиланде, фестиваль пиратов на Каймановых островах, фестиваль близнецов в США.

Карнавалы и карнавальное движение активно развивается во всем мире. Наиболее яркими являются карибские и самбо-карнавалы – в Рио-де-Жанейро и Сальвадоре-де-Бахиа, в Аргентине и Колумбии, а также в Венеции. Создание праздников обеспечивают внесение значительного вклада в развитие и создание национальной культуры.

Приложение А содержит перечень фестивалей, проводимых в мире.

В РФ в Москве проводится Международный форум, посвященный фестивальной индустрии, «Festival Forum» с участием экспертов в области организации фестивалей, продвижения и билетной индустрии. Участники обмениваются опытом, получают ответы в решении вопросов и проблем в сфере фестивального бизнеса, а именно в определении событийного туризма и роли туроператоров в развитии фестивального движения, рассматривают ключевые вопросы в выборе площадки для фестиваля, рекламе и продвижении, интеграции крупных брендов в фестиваль, презентуют фестивали.

Самыми популярными фестивалями в России являются «Нашествие», «Грушинский фестиваль», Московский международный кинофестиваль и

«Кинотавр». С 1999 года фестиваль «Нашествие» проводится в форме многоформатной и разножанровой музыки, это событие происходит летом и длится около 2 – 4 дней, собирая около 150 тысяч человек [42, с. 96].

Проведение кинофестивалей «Кинотавр» (с 1990 года) и «Московский международный кинофестиваль» (с 1935 года) дает возможность участникам оценить и фильмы, которые вышли в прокат, и представить работы молодых начинающих режиссёров.

Развитию фестивального движения и туризма способствует проведение популярных фестивалей спорта, в том числе и экстремальных.

Спортивный праздник «Московский спорт в Лужниках» (Moscow City Games) посещает более 150 тысяч человек. Представление экстремальных видов спорта включают состязания по мотофристайлу, паркуру, BMX, МТВ, Scooter, Pump Track (Памптрэк), велотриалу, вейкборду, флэтленду, гиревому спорту, метанию покрышек, борьбе на руках и по битбоксу.

Фестиваль национальных видов спорта и игр государств-участников СНГ организуется на открытом стадионе «Волга-Спорт-Арена» и проводится в Ульяновске с числом зрителей более 70 тысяч. Спортсмены из 10 стран выступают в соревнованиях по самбо, перетягиванию каната, мас-рестлингу, городошному спорту, борьбе на поясах, лапте, хоккею с мячом (мини), гиревому спорту, шахматам и стрельбе из лука. Показательными видами спорта на фестивале являются казачье многоборье, бега русских троек, якутские национальные прыжки, хапсагай и метание тынзяна на хорей.

Международный фестиваль экстремальных видов спорта «EXTREME Крым» проводится на мысе Тарханкут в Крыму, его посещают до 50 тысяч человек из 15 стран. В дни фестиваля проводятся различные мероприятия:

– Неделя водных и пляжных видов спорта: кайтбординг, виндсерфинг, яхтинг, SUP-серфинг, каякинг, флайборд, хOVERборд, подводная охота, дайвинг, аквабайки, пляжный футбол, волейбол, стритбол;

– Неделя уличных видов спорта: фриран, паркур, трикинг, воздушная атлетика, Street Workout, ролики, скейтбординг, армлифтинг, самокаты;

- Танцевальная неделя – батлы в Hip-Hop Pro, Breaking 3 vs 3, Breaking 3 vs 3 kids, Footwork, House, All styles 3 vs 3, Hip-Hop Kids, Top Rock;
- работает Школа экстрима, выступают популярные DJs и музыкальные группы, сдача норм ГТО, танцевальный флеш-моб Холи-Фест.

Пляжный фестиваль экстремальных видов спорта PRIM Games (Прим Геймс) организуется в бухте Шамора во Владивостоке. В программе фестиваля акробатика, slackline, skate, BMX, трикинг, танцы, workout, серфинг, wakeboard, пляжный волейбол, гандбол, регби и фрисби, а также танцевальные битвы в Hip-Hop, Hip-Hop Kids, Allstyle, Breaking 2 vs 2, Dancehall. Фестиваль собирает участников с Дальнего Востока, Кореи, Японии и Китая.

Фестиваль водных видов спорта «Байкальский ветер» включает кайт-серфинг, виндсерфинг, плавание, гребля на байдарках, пляжный волейбол, САП-серфинг, а в развлекательной части – open air, salsa beach, боди-арт, йога и фитнес. До тысячи любителей активного отдыха из Улан-Удэ, Иркутска, Ангарска и Читы принимают участие в фестивале.

Международный туристско-спортивный фестиваль «Большой Алтай» (Great Altai). В фестивале Great Altai принимают участие команды из Казахстана (Восточно-Казахстанская область), России (Алтайский край и Республика Алтай), Монголии (Ховдский и Баян-Ульгийский аймаки) и Китая (Синьцзян-Уйгурский автономный район). В соревновательную программу фестиваля входят пешеходный туризм, водный туризм, конный туризм, комбинированный туризм, скалолазание, велотуризм, рафтинг, автотуризм, мототуризм, мотопланеризм, парапланеризм, перетягивание каната, рыболовный спорт, а также национальные виды спорта. В 2019 году фестиваль «Большой Алтай. Great Altai» пройдет в Алтайском крае и Республике Алтай.

Последнее время особую популярность набирают марафоны. К числу наиболее интересных в 2019 году отнесены:

- Dagestan Wild Trail – забег, открывающий марафонцам прекрасные горные пейзажи с вековой историей, проходит в диких горах Дагестана, трасса трейла представляет собой необычное сочетание набора высоты, маршрут

со средней технической сложностью, проходящей через ущелья, пики, старые аулы с особым кавказским колоритом;

- Казанский марафон – ежегодно собирает более 6000 участников, в 2019 году заявлено 20000 человек;

- Петербургский марафон «Белые ночи» – трасса проходит через исторические места города с большим количеством достопримечательностей и красивыми видами;

- Зеленый марафон «Бегущие сердца» насчитывает более 8000 участников, благодаря проведению марафона удалось собрать 140 000 000 рублей, которые поступили на счёт благотворительного фонда помощи детям;

- Международный марафон «Европа-Азия» – одно из самых массовых мероприятий года, на участие заявлено 10000 атлетов;

- Всемирный забег Wings for Life World Run – уникальное мероприятие, в котором могут принять участие тысячи бегунов и атлетов на креслах-колясках, фишкой забега является то, что в нем нет финиша, в 2018 году в забеге приняли участие более 100000 человек в 66 городах по всему миру.

В существующих условиях на региональном уровне наблюдаются все предпосылки для развития, как индустрии гостеприимства, так и отдельных видов туризма. Это касается различных факторов – организационных, инфраструктурных, отраслевых. Так, реализация подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» в рамках Государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 – 2020 годы» ориентирована на формирование на территории региона высоко конкурентной индустрии туризма [1].

При этом особое внимание уделяется созданию привлекательного образа области, вызывающего интерес у потенциальных туристов, проводятся работы по совершенствованию туристской инфраструктуры, формируется благоприятная предпринимательская атмосфера для развития туризма, придорожного сервиса и ремесленничества.

В рейтинге, посвященном туристической привлекательности регионов РФ, их туристическому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов Белгородская область в 2018 году занимает 34 место с учетом степени развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры, значимости отрасли туризма и ее доходности, популярности региона в туристском отношении, в том числе и иностранцев, наличии уникальных туристских ресурсов, активности продвижения туристического потенциала региона в информационном пространстве [35].

В соискании Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards Белгородская область заняла 3 место в номинации «Лучшее туристическое событие, основанное на природном явлении или географическом положении» с проектом музыкально-литературного праздника «Воронцовый край» [40].

Представление туристского потенциала региона ежегодно осуществляется на различных выставках – «ИНТУРМАРКЕТ», «Отдых. Туризм. Спорт. Охота. Рыбалка».

В регионе наблюдается устойчивый рост туристского рынка, что подтверждается количественным изменением предприятий размещения, туристских фирм, ростом пассажиропотока.

В таблице 2.1 отражена характеристика гостиниц и аналогичных средств размещения в Белгородской области в 2013 – 2017 гг.

Таблица 2.1

Гостиницы и аналогичные средства размещения, 2013 – 2017 гг.

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Число организаций	35	40	41	74	115
Единовременная вместимость, мест	2207	2683	2696	4129	5372
Численность размещенных лиц, тыс. чел.	97,4	114,5	82,0	128,7	205,7

Данные таблицы позволили сделать вывод об увеличении числа организаций в 2017 году до 115 объектов. При этом большинство из них имеет соответствующую инфраструктуру (рестораны, бары, бассейны, сауны, обо-

рудование для организации конференций, тренингов, семинаров и торжеств). Рост единовременной вместимости достиг 5372 мест с 2207 мест в 2013 году. Существенным является численность размещенных лиц: если в 2013 году этот показатель составлял 97,4 тыс. человек, то в 2017 году – 205,7 тыс. человек [41, с. 385].

В течение последних лет на региональном рынке появились сетевые отели, возросло число частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы («Белгород», «Амакс Конгресс-отель», «Аврора»). Так, в последнее время были открыты такие гостиницы, как «Аврора», «Олимп», «Белые росы», «АртОтель», «Континенталь», «Вояж», «Парк-отель «Европа», «Веретено», «Винсент», «Космос», «Резиденция», «Роял».

Развитие туризма характеризует также изменение показателей деятельности туристских фирм (Приложение Б). Данные отражают развитие выездного направления, а именно в период с 2013 года по 2017 год:

- рост числа туристских фирм с 86 до 100;
- увеличение туристских путевок реализованных населению по территории России с 1115 до 3563 и снижение по зарубежным странам – с 13879 до 9380;
- стоимость реализованных населению туристских путевок возросла с 822,7 млн. рублей до 923,3 млн. рублей в основном за счет туров по зарубежным направлениям.

Развитие индустрии туризма обеспечивают предприятия разных сфер экономики, в том числе и транспортным компаниям и организациям (аэропорт, железнодорожный вокзал и пр.).

Международный аэропорт обслуживает в основном региональные рейсы, а также допущен к выполнению международных чартерных. В 2017 году пассажиропоток аэропорта составил 468787 человек, при этом на внутренних рейсах было обслужено 353017 пассажиров, на международных – 115770. Из аэропорта выполняются регулярные полеты в Москву, Санкт-Петербург, Казань, Сочи, Симферополь, Геленджик, Норильск и Бишкек, а также чартер-

ные программы в Анталию, Энфиду, Ираклион, Пхукет, было обеспечено выполнение 3432 рейсов. На внутренних воздушных линиях был обслужен 3131 рейс, на международных – 301 рейс.

Автовокзал имеет 15 посадочных платформ и осуществляет маршруты регионального, российского и международного значения. В среднем за сутки белгородский автовокзал выпускает от 150 до 200 рейсов. Транспортное сообщение обеспечивается движением поездов в направлении следующих городов – Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Воркута, Сухум.

Свободный уровень передвижения гостей региона может быть обеспечен транспортными компаниями, предлагающими услуги аренды автомобилей – «le Cortege», «ProkatBelgorod.ru», «Vintage», «Абсолют Холдинг», «АНДИ моторс», «Аэлита», «БелАвтоРегион», «Лимузин-в-Белгороде.рф», «Лимузин-Центр», «Мой Авто», «ПрокатАвто31».

Создание благоприятных условий для устойчивого развития въездного и внутреннего туризма обусловлено реализацией таких проектов, как «Туризм, доступный для всех» (30 экскурсионно-познавательных программ), создание ТИЦ для информирования о туристском потенциале региона, установка знаков турнавигации.

Развитие событийного туризма обусловлено сохранением в Белгородской области музыкальных, хореографических народных традиций, образцов устного народного творчества, художественных ремесел. Разработанный «Фестивальный календарь Белгородчины» (Приложение В) ежегодно привлекает гостей из России и других стран. Особой популярностью пользуются:

- «Узорный хоровод» – фестиваль народной культуры;
- «Маланья» – фестиваль промыслов области;
- «Стригуновское лукоморье» – фестиваль лука;
- «Русская каша» – кулинарный фестиваль;
- «Фомина яшняя» – кулинарное мероприятие;
- «БелМелФест» – международный фестиваль;
- «Третье ратное поле России» – историческая реконструкция;

– «Небосвод Белогорья» – аэрофестиваль.

Бережное сохранение исторического наследия и культурных традиций Белгородчины, приобщение жителей области к ярчайшим объектам художественного искусства и укрепление морально-нравственных ценностей являются главными задачами предприятий и организаций культуры и искусства.

В области и в частности в г. Белгород имеется вся необходимая сопутствующая инфраструктура для занятий физической культурой и спортом:

– 924 спортивных сооружения, из них 11 стадионов, в том числе футбольный стадион «Салют», стадион для русской лапты с игровым полем с натуральным газоном, беговыми дорожками, четырьмя спортивными площадками, уличными тренажерами, трибунами на 1200 посадочных мест;

– 6 физкультурно-оздоровительных комплекса – ледовая арена «Оранжевый лед», ледовый дворец «Серебряный Донец», УСК НИУ «БелГУ» С. Хоркиной, физкультурно-оздоровительные комплексы с плавательными бассейнами «Спартак», «Луч», дворец спорта «Космос»;

– вело-лыже-роллерная трасса «Олимпия» в микрорайоне «Новый» и вело-лыжная трасса «Олимпия-2» в урочище «Сосновка» позволяет кататься на лыжах, лыжероллерах и велосипедах [2].

Реализация муниципальной программы «Спорт для всех» способствовала положительному управлению отраслью физической культуры и спорта путем воплощения городских проектов «Спортивный двор», «Белгородская дворовая футбольная лига», «Молодежная хоккейная лига», популяризации уличных видов спорта, гиревого спорта.

Совместная работа органов государственной власти, спортивных федераций (легкой атлетики, плавания, велоспорта, спортивной гимнастики и других) обеспечило организацию спортивных мероприятий «Российский азимут», «Зимний фестиваль по футболу», «Лыжня России», чемпионат по маунтинбайку, соревнования по циклическому акватлону «Брезг» [9, 10]. Однако большинство реализуемых проектов носит разовый характер и не имеют широкого освящения и информационной поддержки.

Среди организаций и учреждений проводятся различные мероприятия спортивного характера, например:

- семейно-спортивные соревнования «Папа, мама, я – спортивная семья» УФСБ России по Белгородской области и профсоюза «Правда»;
- ООО «Управляющая компания «ЖБК-1» располагает развитой спортивно-досуговой инфраструктурой;
- спартакиады «Белрегионгаз» и «Энергомаш (Белгород) – БЗЭМ».

АНО по развитию физической культуры, спорта, туризма и пропаганде здорового образа жизни «СПОРТ 31» при поддержке управления физической культуры и спорта области организует проведение фестивалей-марафонов «Мы – одна команда!» и «Мир равных возможностей» для адаптации людей с ограниченными возможностями здоровья, а также спортивного праздника «Открытая народная спартакиада «СПОРТом БИЗНЕС не иСПОРТишь» В рамках мероприятия организованы состязания по следующим видам спорта – картинг, настольный теннис, пляжный волейбол, пейнтбол и конкурс капитанов, боулинг, бильярд и снукболл. Однако, данный спортивный праздник не отличается большим числом участников и запланирован в период с марта по декабрь в виде проведения ежемесячных соревнований.

Основными конкурентами среди проводимых мероприятий можно выделить летний фестиваль экстрима «FUN JUMPING» на территории городского пляжа и проект «PULSE», созданный для популяризации здорового и активного образа жизни. «PULSE» объединяет различные категории участников (профессионалов и любителей, взрослых и детей, мужчин и женщин).

В настоящий момент реализованы или находятся на стадии организации проведения такие спортивные проекты, как «Белгородский полумарафон» и «Белгородский Indoor Triathlon». А также социальные проекты «Лекторий Pro Спорт» (бесплатные открытые лекции от известных спикеров в сфере спорта на территории бизнес-пространства «Контакт» и «Открытые тренировки» (бесплатные открытые тренировки для всех желающих на свежем воздухе в Парке Победы).

Проводимые мероприятия имеют широкую информационную поддержку – интернет, социальные сети, информационные статьи, печатные материалы – плакаты, афиши. Данная компания располагает обширной партнерской сетью – группа компаний «Лето», АСК Финанс, Велоцентр, Ионика, ФИТ и другие.

В целом на региональном уровне наблюдается развитие фестивального движения, что приводит к вовлечению большего количества сфер культурной жизни области. Указанная тенденция оказывает положительное влияние на деятельность организаций вовлеченных в индустрию гостеприимства, обеспечивающих создание новых впечатлений, эмоций, знаний, ощущений. Указанные события могут иметь положительное влияние на развитие фестивального туризма и индустрии туризма в целом.

Полученные данные послужили основой для проведения конкурентного анализа с использованием модели М. Портера, позволяющего осуществить оценку внутренних и внешних факторов, оказывающих воздействие на развитие фестивального туризма (Приложение Г).

При этом рассматриваются такие факторы конкурентного преимущества, как условия для развития туристской индустрии, спрос на услуги туризма, конкуренция, родственные и поддерживающие отрасли. В качестве дополнительных переменных изучен уровень воздействия случайных событий и влияние государства.

Условиями для развития сферы туризма и фестивального в частности выделены:

- наличие природно-климатических, культурно-исторических ресурсов для проведения, как спортивных состязаний, так и организации досуга и времяотдыха;
- доступность объектов туристского показа с учетом транспортной составляющей (международный аэропорт, развитая системы автомобильного и железнодорожного транспортного сообщения, снижение доли железнодорожных перевозок);

– развитие финансовой инфраструктуры и индустрии телекоммуникационных услуг.

Такой фактор как состояние туристского спроса свидетельствует об отсутствии полной достоверной статистической информации, о выявленных целевых сегментах групп потребителей, о потребительских предпочтениях потребителей туристских услуг. Можно косвенно судить о развитии спорта по числу проводимых мероприятий, развития инфраструктуры.

Высокий уровень конкуренции между туристскими организациями (фирмы, предприятия размещения) обусловлен слабой диверсификации туристского рынка, отсутствием информационной насыщенности о сфере туризма региона на национальном уровне.

Родственные и поддерживающие отрасли оказывают влияние на развитие – устойчивый рост предприятий общественного питания, развитие авиасообщения, не соответствие качества предоставляемых услуг и культуры обслуживания предъявляемым требованиям, развитие индустрии спорта, федераций спорта.

В целом оценка конкурентной среды в регионе свидетельствует о наличии всех необходимых ресурсов для развития туризма, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. А возрастающий интерес к процессам организации и проведения фестивалей и мероприятий и развитие фестивального туризма, сочетают их положительный двойственный характер – участие в фестивале и традиционная рекреация с комбинированием экскурсионных программ и осмотра достопримечательностей.

3. Организационный план и управление проектом

Разработка проекта «Ежегодного мультиспортивного фестиваля «#На старт» предусматривает комплекс мероприятий, включающих различные этапы.

1. Учреждение и регистрация организации, занимающейся разработкой и продвижением проекта фестиваля.

В качестве организационно-правовой формы выбрана некоммерческая организация в форме автономной некоммерческой организации, которая будет зарегистрирована под названием «На старт». Деятельность таких компаний обращена на пользу обществу и не преследует экономических выгод для организаторов, позволяют улучшить социальную сферу обслуживания населения и создавать выгодные объединения государственных и частных предприятий. Основой формирования АНО будут служить добровольные вклады учредителей, а именно единственного учредителя. Созданная на базе этих взносов организация будет представлять услуги в сфере спорта, физкультуры, культуры, искусства и других сферах.

Образующий документом АНО «На старт» является устав, где обозначаются цели создания общества, прописываются основные виды выполняемых услуг и порядок управления (Приложение Д). Исполнительные и надзорные функции осуществляются единолично, избранным президентом.

Основной целью деятельности организации является предоставление услуг в сфере физической культуры и спорта, формирования здорового образа жизни, посредством вовлечения населения в активное занятие физической культурой и спортом, содействие в повышении роли физической культуры и спорта в укреплении здоровья, реализация социально-значимых программ при организации досуга и формирования активной жизненной позиции подростков, молодежи и населения.

Имущество организации будет формироваться за счет периодических и однократных перечислений от учредителей, пожертвований и взносов, при-

были от оказания услуг. В данном случае социальная польза и бизнес выгодно дополняют друг друга. Организация вправе заниматься коммерческой деятельностью как вспомогательной – такая прибыль используется в уставных целях и не распределяется между основателями. Распределять полученную прибыль между учредителями АНО и органами управления АНО не может. Согласно действующему законодательству о некоммерческих организациях АНО вправе осуществлять оказание платных услуг, доходы от которых должны быть направлены на реализацию целей деятельности организации, указанных в уставе автономной некоммерческой организации.

К НКО применяется более лояльное налогообложение. Также следует отметить, что организация будет плательщиком налога на прибыль и НДС. При этом некоммерческие поступления освобождаются от налогов и организация имеет возможность сдавать нулевые НДС и прибыль. Поступления от платных услуг попадают под налог на прибыль, но АНО не обязано её получать, и это не является её целью. Соответственно правильно организовав бухгалтерский учет и структуру доходов и расходов, АНО может работать с нулевым финансовым результатом.

Для регистрации организации необходимы следующие данные и документы:

- полное и сокращенное уникальное наименование АНО (АНО «Настарт»);
- сведения о месте нахождения;
- копия паспорта учредителя;
- состав и наименование высшего коллегиального органа управления (Президиум);
- копия паспорта руководителя и наименование должности (Президент), его контактный номер и Email;
- устав – 3 экземпляра;
- решение (протокол) – 2 экземпляра;
- оригинал квитанции об уплате государственной пошлины.

Расходы на регистрацию будут состоять из Государственной пошлины в размере 4000 рублей и расходов на нотариуса – 3500 рублей.

Регистрацию Автономной некоммерческой организации осуществляет Министерство Юстиций. Общий срок регистрации состоит из 7 этапов и занимает около 1,5 месяца.

1. Подача готового комплекта документов на регистрацию в Министерство Юстиции (14 рабочих дней документы рассматриваются специалистом). Если документы проходят правовую экспертизу, то Минюст отправляет их в Управление ФНС (7 дней).

2. В ФНС проводят дополнительную экспертизу – 5 дней. Если решение ФНС положительное, вносится запись в ЕГРЮЛ. С момента внесения записи организация считается созданной.

3. Документы вновь отправляются в Минюст – 7 дней. Минюст выпускает дополнительное свидетельство о регистрации в Минюсте – 7 дней.

Список документов, получаемый в Министерстве юстиций, при регистрации АНО – свидетельство о государственной регистрации, свидетельство Министерства юстиции о регистрации, лист записи о внесении записи в ЕГРЮЛ, выписка из ЕГРЮЛ, устав с отметкой Министерства юстиции.

Также необходимо изготовить печать (1000 рублей), получить коды статистики (1500 рублей) и выпустить приказ о назначении руководителя, открыть расчетный счет (1000 рублей), создать сайт предприятия с оплатой хостинга и доменного имени (35000 рублей). Для работы компании необходимо приобретение оргтехники в форме 2 ноутбуков, которые в последующем будут использоваться на спортивных площадках, стоимостью по 42000 рублей.

На период активной разработки и подготовки к фестивалю будет арендовано на 2 месяца офисное помещение с мебелью (15000 рублей в месяц).

Привлечение сотрудников на постоянной основе не планируется за исключением периода организации проекта. Планируется найм пяти лиц по договорам ГПХ на оказание услуг, которым будет выплачена сумма в размере

30000 рублей на человека и произведены отчисления во внебюджетные фонды (27,1%). Каждый из наемных сотрудников будет отвечать за организацию подготовки и работу отдельной спортивной площадки.

Что касается организатора, то выплата заработной платы ему на начальном этапе проекта также не предусмотрена, что подтверждается нормами действующего законодательства. Согласно ст. 273 ТК РФ положения главы 43 ТК РФ, устанавливающей особенности регулирования труда руководителя организации, не распространяются на случаи, когда руководитель организации является ее единственным учредителем.

Основой данной нормы является невозможность заключения договора с самим собой, поскольку подписание трудового договора одним и тем же лицом от имени работника и от имени работодателя не допускается. Таким образом, на отношения единственного учредителя с созданной им организацией трудовое законодательство не распространяется. Единственный учредитель в данной ситуации должен своим решением возложить на себя функции единоличного исполнительного органа, управленческая деятельность в этом случае осуществляется без заключения какого-либо договора, в том числе трудового. По итогам проведения мероприятия организатору также будет выплачено вознаграждение по договору ГПХ на оказание услуг в сумме 45000 рублей и произведены отчисления во внебюджетные фонды (27,1%).

2. Планирование и организация подготовки и проведения фестиваля, утверждение плана:

- формирование плана подготовки проведения фестиваля;
- разработка программы фестиваля;
- назначение ответственных за этапы работ.

План подготовки проведения фестиваля формирование пакета документов, работу с потенциальными участниками, период непосредственного проведения события, подведение итогов.

В таблице 3.1 представлен план подготовки проведения фестиваля

План подготовки проведения фестиваля

Наименование этапов	Сроки начала и окончания	Задачи текущих периодов
Подготовка документов, работа с потенциальными участниками	февраль – июнь	– проведение совещаний по формированию делегаций, команд; – проведение согласований с поддерживающими проект организациями; – налаживание связей с партнерами; – разработка информационных материалов; – приобретение туристского и спортивного снаряжения; – рассылка пресс-релизов анонса мероприятия; – проведение маркетинговых мероприятий.
Период непосредственного проведения	июль	– проведение мероприятия.
Подведение итогов	июль – август	– анализ проведенных мероприятий; – подготовка отчетов; – подготовка рекомендаций для дальнейшего проведения фестиваля.

Результатами на данном этапе должны стать:

- определение списка компаний-партнеров и спонсоров, осуществляющих предоставление услуг (reg.place, «Веретено», «Европа», «Белогорье», «Солома», «Ривьера», «Лес и лис», «Фамильный дом вкуса», «Кейтеринг Белогорья», «РИНГ-М», «BelgorodBUS», «АРТ ЛЭНД», «Бел.RU», «BF», «FONAR.TV», 2do2go.ru, «RussiaRunning.Timing», «Золотая подкова», РА «РУШ», «Феерверк Мастер», спонсоры – кондитерское объединение «Славянка», «Санта Моника», «Platinum Gum», FormulaPro, профсоюз «Правда», Бизнес-отель «Континенталь», «Розы Белогорья», ПАО «СберБанк», ВТБ и др.);
- заключение договора с фирмой-поставщиком и приобретение туристского и спортивного снаряжения – «Триал Спорт», «Спортмастер»;
- разработка буклета проекта, размещение новостей в СМИ;
- разработка логотипа проекта, рекламного плаката фестиваля и атрибутики (футболки, браслеты, номера участников и т.д.).

С помощью диаграммы Ганта изображены этапы плана подготовки проведения фестиваля (рис. 3.1).

Наименование этапов	Срок						
	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
Подготовка документов, работа с потенциальными партнерами и участниками							
Период непосредственного проведения							
Подведение итогов							

Рис. 3.1. Диаграмма Ганта

Приложение Е отражает разработанную программу фестиваля, которая включает описание и характеристику мероприятий по дням проведения. Победителями во всех номинациях становятся участники, занявшие в абсолютном зачете 1 – 3 места среди мужчин / юношей и 1 – 3 места среди женщин / девушек. Все участники получают медаль.

Спортивные соревнования на площадке «Бег» в номинациях «дети» и «личное первенство» будут проводиться на территории Парка Победы на следующих дистанциях:

- дистанция основного забега – 21,1 км;
- дистанция параллельного забега: 5 км и 10 км;
- детский забег на километр.

Максимальное количество участников всех забегов составляет 1500 человек. Организаторы и судейская бригада имеют право дисквалифицировать участника за нарушение правил. Участник, решивший сойти с дистанции, обязан информировать об этом ближайшего организатора или судью. Хронометраж осуществляется с помощью электронной чиповой системы. Каждый участник по итогам забега получит чистое время преодоления дистанции. В мероприятии будут участвовать пейсмейкеры на дистанции 21,1 км.

Спортивные соревнования на площадке «Плавание» в номинации «личное первенство» будут проводиться в акватории пляжа «Островок» на дистанциях:

- «Sprint» – дистанция 1 500 м (2 круга), лимит времени – 1 час 30 минут;
- «Half Oceanman» – дистанция 3 000 м (4 круга), лимит времени – 2 часа 30 минут;
- «Oceanman» – дистанция 6 000 м (8 кругов), лимит времени – 4 часа 30 минут.

В проведении соревнования необходимо использование гидрокостюма в зависимости от температуры воды. Максимальное суммарное количество участников заплыва – 100 человек на дистанции. Старт заплыва осуществляется в раздельной форме, по одному участнику через 5 секунд, в соответствии с присвоенным стартовым номером.

На всех дистанциях производится электронный замер времени. На старт допускаются участники только с электронным чипом, закреплённым на ноге, и в выданной организатором плавательной шапочке. Пловец, финиширующий без шапочки, подлежит дисквалификации. Чип следует закрепить в соответствии с инструкцией, предоставленной организатором мероприятия. Неправильное закрепление чипа может сделать невозможным фиксацию индивидуального результата. На воде организатор обеспечивает поддержку участников командой квалифицированных спасателей.

Спортивные соревнования на площадке «Велогонка» в номинации «личное первенство» будут проводиться на участке автодороги с. Нижний Ольшанец – с. Беловское на следующих дистанциях: 10 км, 20 км, 40 км.

Максимальное суммарное количество участников – 100 человек на дистанции. Ответственность за безопасность проведения соревнований несет организация, Главная судейская коллегия и ГИБДД. Ответственность за соответствие подготовки участников требованиям, предъявляемым к дистанциям соревнований, несут участники.

К участию в соревнованиях допускаются все желающие, имеющие исправный велосипед, соответствующего правилам стандарта данного вида велогонки (шоссе), спортивную форму и защитный велошлем обязательно. За-

прещающие требования к велосипеду представлены в положении к мероприятию (Приложение Ж).

Спортивные соревнования на площадке «Пляжный волейбол» в номинациях «командное первенство» и «дети» будут проводиться на волейбольных площадках в акватории пляжа ГК «Белогорье». Число участников в команде – 7 человек.

В играх командам присуждаются очки по следующему принципу:

- за победу со счетом 3:0, 3:1 – 3 очка;
- за победу со счетом 3:2 – 2 очка;
- за поражение со счетом 2:3 – 1 очко;
- за поражение со счетом 0:3, 1:3 – 0 очков.

Места команд в первенстве определяются по наибольшему количеству очков, набранных командой. При равенстве очков у двух и более команд места определяются последовательно по соотношению партий во всех встречах, количеству побед во встречах между ними, соотношению партий во встречах между ними, соотношению мячей во встречах между ними.

Спортивные соревнования на площадке «Футбол» в номинации «командное первенство» и «дети» будут проводиться на мини-футбольных полях Белгорода (г. Белгород, ул. Губкина, 53) территория института культуры: два поля размером 20 на 39 метров с покрытием искусственная трава, имеют современное освещение, зрительские трибуны на 80 мест. Число участников в команде – 11 человек.

Места команд в группах определяются по наибольшему количеству набранных очков (за победу – 3 очка, за ничью – 1 очко, за поражение – 0 очков). В случае равенства набранных очков у двух или более команд преимущество получает команда, имеющая:

- наибольшее количество побед во всех играх;
- лучший результат в играх между собой (количество очков, количество побед, разница между забитыми и пропущенными мячами, наибольшее количество забитых мячей);

- наибольшую разницу между забитыми и пропущенными мячами во всех играх;
- наибольшее количество забитых мячей во всех играх;
- наименьшее количество очков, начисленных футболистам и официальным лицам команд, за нарушение (желтая карточка – 1 очко, красная карточка – 3 очка);
- по жребию.

В качестве развлекательных мероприятий программой предусмотрено проведение:

- функциональной тренировки «Зарядка со звездой» (8.00 – 9.00 – акватория пляжа «Лазурный»);
- мастер-класса по йоге (15.00 – 15.30 – акватория пляжа ГК «Белогорье»);
- тренировки по стретчингу (15.00 – 15.30 – акватория пляжа «Островок»);
- шоу-программы на фестивальной площадке «Пикник парка» (18.00 – 20.00)
- турнира по шахматам в ресторане «Лес и лис» (21.00 – 23.00);
- afterparty «#На старт» (23.00 – 05.00 – ресторан «Лес и лис»).

Официальная программа фестиваля завершается на фестивальной площадке «Пикник парка» общим награждением и праздничным закрытием с салютом.

В заключительный день программы фестиваля предусмотрено экскурсионное обслуживание – обзорная экскурсия по г. Белгород и экскурсия «Прохоровское поле – Третье ратное поле России».

Обзорная экскурсия по Белгороду включает посещение Музейной площади, здания музея-диорамы, памятника погибшим в Афганистане, аллеи Героев, Соборной площади, мемориального комплекса «Слава героям!», здания Белгородского драматического театра, памятника М.С. Щепкину, Смоленского Собора, Поклонного креста, Преображенского собора, Соборной

церкви с престолом в честь св. Иоасафа Белгородского, Успенно-Николаевского собора, Храма Архангела Гавриила на территории Белгородского государственного университета, памятника святому князю Владимиру, здания филармонии, историю возникновения Белгородской крепости и пр.

Экскурсия «Прохоровское поле – Третье ратное поле России» расскажет о великом танковом сражении 1943 года.

Мероприятия второго дня ориентированы на приезжих. При этом в первый год реализации фестиваля планируется 15% иногородних участников. Причем 5 – 7% останутся с ночевкой после мероприятия.

В положении мероприятия (см. прил. Ж) отражены ответственные за этапы работ по таким направлениям, как:

- сформировать рабочую группу и провести ее заседание, разработать план подготовки и проведения фестиваля;
- разработать сценарий проведения фестиваля;
- подготовить пресс-релиз о проведении фестиваля;
- обеспечить рекламу, освещение фестиваля в СМИ, размещение информации о мероприятиях фестиваля;
- определить места парковки на территории проведения;
- обеспечить решение организационных вопросов, работу технических служб во время проведения фестиваля;
- обеспечить готовность спортивно-развлекательных площадок фестиваля;
- обеспечить работу звукоусилительной аппаратуры на территории проведения фестиваля;
- обеспечить работу фестиваля ведущими;
- обеспечить работу фестиваля выездными предприятиями общественного питания, предприятиями размещения;
- обеспечить работу фестиваля приобретением спортивного инвентаря;
- обеспечить работу фестиваля «звездными» тренерами;

- организовать и провести спортивные соревнования на площадках – «Бег», «Плавание», «Велогонка», «Пляжный волейбол», «Футбол»;
- организация экскурсионного обслуживания;
- обеспечение охраны правопорядка на территории проведения фестиваля, безопасности дорожного движения;
- обеспечение участия волонтерских групп по подготовке площадок, работе с посетителями фестиваля, охране правопорядка и оказанию содействия представителям правоохранительных структур города во время проведения фестиваля;
- обеспечение работы медицинских сотрудников, машины скорой помощи во время проведения фестиваля.

3. Техническое обеспечение сопровождается подбором помещений (ресторан «Лес и лис» при проведении турнира по шахматам) и площадок для каждого из мероприятий, организацией транспортного обеспечения, проживания и питания участников и почетных гостей фестиваля; организационными работами технических служб на время проведения фестиваля; обеспечением фото и видеосъемки, а также звуковым и световым оформлением фестиваля. На данном этапе будут проделаны указанные работы и заключены соглашения о сотрудничестве.

Локацией проведения мероприятий станут различные площадки.

Открытие и закрытие мероприятия будет проведено на Фестивальной площадке «Пикник Парка».

Спортивные соревнования на площадке «Бег» проводятся в Парке Победы, и прилегающей территории набережных: Музей-диорама – проспект Ватутина – пешеходный тротуар в сторону улицы Победы – главный корпус БелГУ – набережная Везелки – пешеходный мост – Город Мастеров – направление в сторону музея-диорамы, до пересечения с улицей Харьковской, на ул. Попова, до завершения круга. Четыре круга для полумарафона, два круга по набережной для дистанции 10 километров, один круг для дистанции 5 км и километр вокруг «Диорамы» для детской дистанции.

Спортивные соревнования на площадке «Плавание» будут проводиться в акватории пляжа «Островок».



Рис. 3.2. Маршрут спортивных соревнований на площадке «Плавание»

Проведение спортивных соревнований на площадке «Велогонка» запланировано на участке автодороги с. Нижний Ольшанец – с. Беловское.

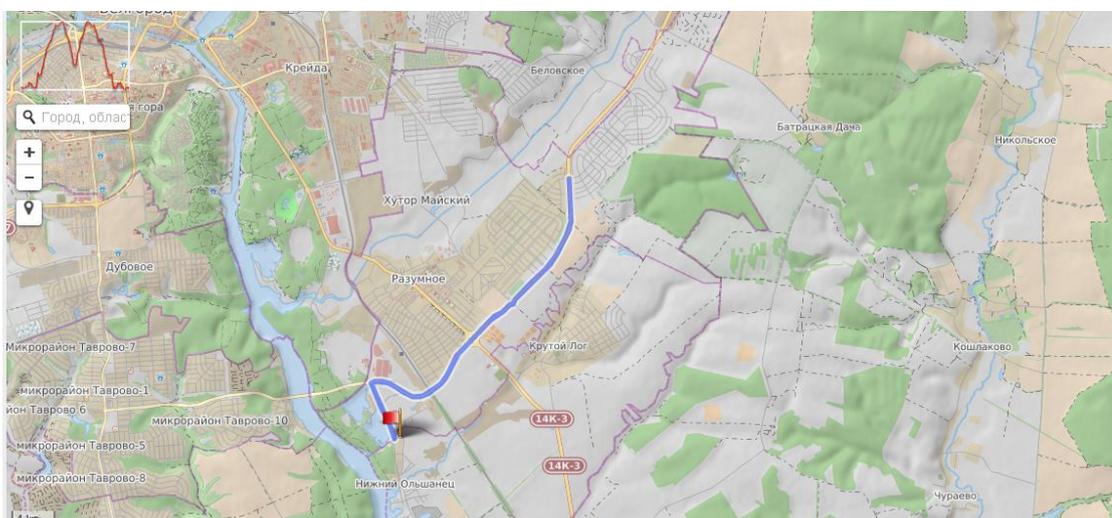


Рис. 3.3. Маршрут спортивных соревнований на площадке «Велогонка»

Площадка «Пляжный волейбол» будет размещена на пляже ГК «Белогорье». Спортивные соревнования на площадке «Футбол» проводятся на мини-футбольных полях БРОО «Федерация футбола».

Оплата мест проведения мероприятий не запланирована.

Организация транспортного обеспечения участников будет осуществлена компанией «РИНГ-М» (официальный представитель «MAZDA» Белгород), автобусное обслуживание – компанией «BelgorodBUS». Планируется для гостей бесплатное автобусное обеспечение на время проведения мероприятия в пункты назначения ул. Песчаная – пляж ГК «Белогорье» и с. Нижний Ольшанец – пляжи «Островок» и «Лазурный» (40,00 тыс. рублей). Интервал отправления – суббота и воскресенье каждый час с 9.00 до 18.00. В приложении И представлен график движения автобусов по маршруту.

Во второй день предусмотрено три рейса по г. Белгород при проведении обзорной экскурсии и два автобуса будут направлены в п. Прохоровка на проведение экскурсии «Прохоровское поле – Третье ратное поле России» (45,00 тыс. рублей).

Проживание и питание участников фестиваля будет организовано на основе самостоятельного выбора. Исключение составит обеспечение участников питанием на трассах соревнований. Также во время проведения мероприятия планируется привлечение на открытые площадки передвижные предприятия общественного питания («Веретено», «Лес и лис», «Фамильный дом вкуса», «Кейтеринг Белогорья») для обеспечения посетителей платным питанием.

Для осуществления звукового и светового оформления на время проведения фестиваля будет привлечено агентство развлечений «АРТ ЛЭНД».

Информационное освещение планируется осуществить путем привлечения информационных партнеров – «Бел.RU», «BF», «FONAR.TV», 2do2go.ru, Радио ENERGY.

4. Информационное и правовое обеспечение участников фестиваля будет включать:

– рассылку писем-приглашений с указанием сроков и условий участия заинтересованным партнерам и соорганизаторам (Департаменты экономического развития Белгородской области и администрации города Белгорода, Управления физической культуры и спорта Белгородской области и ад-

министрации города Белгорода, УМВД России по Белгородской области, Департамент здравоохранения и социальной защиты населения);

- рассылку информационных писем о проведении фестиваля (в том числе в обязательном порядке администрациям районам Белгородской области с необходимостью участия в фестивале);

- организация официальной электронной регистрации, которая обеспечивает определение точного количества участников фестиваля – регистрация участников мероприятия организована в рамках электронного интернет-сервиса адресу: <https://reg.place.com/event/001-NASTART>, окончание – до 18:00 за два дня до начала фестиваля.

Зарегистрированным считается участник, который подал заявку на сайте и оплатил регистрационный взнос, зависящий от даты регистрации и вида дисциплины. Для допуска к соревнованиям и получения стартового пакета зарегистрированный участник должен предоставить:

- паспорт (или другой документ удостоверяющий личность);
- участникам до 18 лет необходимо присутствие тренера или одного из родителей, или законного представителя с паспортом, также необходимо письменное согласие законного представителя на участие в мероприятии;
- медицинскую справку, заверенную врачом (не более трех месячной давности).

В медицинской справке указывается допуск к участию в соревнованиях по данному виду спорта, что обеспечивает безопасность для организатора проведения фестиваля.

5. Определение количества участников – станет возможным благодаря применению информационно-компьютерной системы, находящейся по адресу в сети Интернет <https://reg.place>, представляющей собой программное обеспечение, позволяющее воспользоваться продуктами и/или услугами, предоставляемыми владельцем, в сфере организации и проведения массовых физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий и сопутствующих сферах. Предусмотрено участие от 1000 до 2300 человек.

б. При составлении сметы мероприятия учтены расходы на транспорт, изготовление рекламной продукции и проведение комплекса рекламных мероприятий, дополнительные технические средства, мебель, инвентарь, предусмотренные планом подготовки к фестивалю.

В целом затраты на стартовые пакеты можно определить по каждому из направлений спортивных соревнований, включающие обязательные расходы на участника, – номер участника, футболка с логотипом организатора и наименованием мероприятия (при проведении спортивных соревнований на площадке «Плавание» выдается плавательная шапочка), фирменный браслет фестиваля, питание, прохладительные и теплые напитки, медицинская страховка, медаль для каждого участника, а также чип для электронного учета результата (соревнования на площадке «Бег», «Плавание», «Велогонка»).

При проведении мероприятия будет осуществлен заказ печати номеров участникам (в том числе номерков для раздевалки), стоимостью 0,042 тыс. рублей за штуку.

Для хронометража будут использованы чипы для электронного учета результата. Их стоимость отличается в зависимости от вида спорта:

- бег (крепится на руку) – 0,050 тыс. рублей за штуку;
- плавание (водонепроницаемый) – 0,140 тыс. рублей за штуку;
- велогонка (крепится на велосипед) – 0,040 тыс. рублей за штуку.

Футболка с логотипом организатора и наименованием мероприятия с учетом заказа более 1000 штук обойдется в 0,360 тыс. рублей. Также в качестве элемента бренда участникам будут выданы фирменные браслеты фестиваля (сегментированные силиконовые браслеты с логотипом с круговой шелкографией) – 0,022 тыс. рублей.

При проведении плавательных состязаний участнику полагается плавательная шапочка с логотипом – 0,210 тыс. рублей.

Все участники будут обеспечены питанием (каша), прохладительными (вода) и теплыми напитками (чай) – 0,045 тыс. рублей, а также награждены медалями участника фестиваля – 0,045 тыс. рублей.

Организаторы мероприятия обеспечивают страхование участников от несчастных случаев. Страхованию подлежат участники, прошедшие регистрацию за два дня до начала мероприятия, заполнившие все поля в форме регистрации и оплатившие стартовый взнос. Страхование участников после указанного срока осуществляется участниками самостоятельно.

Сумма страхового возмещения в случае наступления неблагоприятного события составит 50,00 тыс. рублей при стоимости страхового полиса на каждый из видов спортивных мероприятий: бег – 0,118 тыс. рублей, плавание – 0,154 тыс. рублей, велогонка – 0,218 тыс. рублей, волейбол – 0,118 тыс. рублей, футбол – 0,154 тыс. рублей;

Приложение К отражает себестоимость стартовых комплектов участников фестиваля: бег – 0,682 тыс. рублей, плавание – 0,658 тыс. рублей, велогонка – 0,772 тыс. рублей, пляжный волейбол – 0,632 тыс. рублей, футбол – 0,668 тыс. рублей.

Площадки мероприятий необходимо будет оснастить (табл. 3.2):

- камерами хранения – представленными в виде закрытого шатра и приемом у участников одежды в пакетах с выдачей номерков (тент Helex 4336 размером 450х301х312 (16,70 тыс. рублей) и набор мебели (Outventure: стол и 4 стула) (5,00 тыс. рублей));

- раздевалками – также будет организована в форме передвижного шатра (тент Helex 4336 (450х301х312), 16,70 тыс. рублей);

- туалетами – стоимость аренды и обслуживания 2,50 тыс. рублей за кабинку (предусмотрено 7 кабин на площадке);

- шатрами для судейской комиссии и организаторов для регистрации данных – тент садовый из полиэстера 3х6х2,5 (18,50 тыс. рублей) и 4 набора мебели (Outventure: стол и 4 стула) (по 5,00 тыс. рублей);

- пунктами питания – тент садовый из полиэстера 3х4х2,5 (12,50 тыс. рублей), с рестораном «Лес и лис» будет заключено соглашение на кейтеринговое обслуживание, который самостоятельно обеспечит работу бесплатного пункта питания для участников (Приложение Л).

Расходы на оснащение площадки мероприятий

Статья расходов	Кол-во, ед.	Цена за единицу, тыс. руб.	Общая стоимость, тыс. руб.
Камера хранения			
Тент Helex 4336	1	16,70	16,70
Набор мебели (Outventure: стол и 4 стула)	1	5,00	5,00
Раздевалки			
Тент Helex 4336	1	16,70	16,70
Оснащение WC			
Стоимость аренды и обслуживания	7	2,50	17,50
Шатры для судейской комиссии и организаторов			
Тент садовый из полиэстера 3x6x2,5	1	18,50	18,50
Набор мебели (Outventure: стол и 4 стула)	4	5,00	20,00
Пункт питания			
Тент садовый из полиэстера 3x4x2,5	1	12,50	12,50
Итого			106,90

Таким образом, общая величина составит 534,50 тыс. рублей (при размере затрат на одну площадку в 106,90 тыс. рублей).

На проведение соревнований по волейболу необходимо приобрести инвентарь на сумму 25,25 тыс. рублей:

- полипропиленовая волейбольная сетка для игры на пляже (3 штуки): толщина нити – 3 мм, оснащена металлическим тросом 6 мм в оплетке толщиной, имеет подвязки по четырем углам, отличается прочностью, размер 1 x 8,5 м – 2,25 тыс. рублей (за 1 штуку);

- мячи (6 штук) – по 3,00 тыс. рублей (за 1 штуку);

- сетка для переноски мячей – 0,50 тыс. рублей.

Для оснащения футбольных мероприятий следует купить 3 комплекта сеток для футбольных ворот (7,50x2,50x2,00x2,00 м, толщина нити: 5,0 мм) – 6,95 тыс. рублей (за 1 пару), 6 футбольных мячей «Рита» – 2,5 тыс. рублей за штуку и сетка для переноски (0,50 тыс. рублей) на общую сумму 36,35 тыс. рублей.

При проведении утренней зарядки инвентарь не потребуется. На мастер-классы по йоге и стретчингу необходимо 100 тренировочных ковриков (по 0,15 тыс. рублей за штуку), которые будут выдаваться всем желающим

участникам. Организация шахматного турнира во время отдыха возможна путем наличия трех шахматных досок (3,90 тыс. рублей за комплект).

Данный инвентарь (коврики и доски) будет предоставлен одним из партнером – «Спортмастер», что минимизирует затраты по проекту.

Весь кадровый состав (судейский комитет – 25 человек, волонтеры – 150 человек, звездные тренеры – 3 человека, пейсмейкеры – 2 человека, экскурсоводы – 2 человека, ведущие – 10 человек, организационный комитет – 8 человек), участвующий в проведении фестиваля, будет обеспечен футболками и бейсболками с логотипом организатора и наименованием мероприятия, а также питанием и напитками.

7. Заключение контракта со сторонними организациями для технического и профессионального обеспечения фестиваля, в том числе анимационного характера.

При проведении спортивных соревнований необходимо использование эффективных инструментов для фиксирования индивидуальных результатов участников (при беге, велогонке, плавании), поэтому будет привлечена сторонняя компания «RussiaRunning.Timing», предоставляющая услуги хронометража (пакет «Хронометраж Стандарт»), предусматривающие:

- индивидуальный хронометраж с помощью системы MYLAPS BibTag (старт/финиш);
- предоставление промежуточных результатов во время мероприятия для награждения победителей по номинациям (печать на бумаге);
- on-line трансляция на сайт информации о прохождении дистанции участниками;
- построение отчетов по полу и возрасту, командные отчеты;
- работа с претензиями и разбор конфликтных случаев по результатам участников.

Стоимость услуги определяется из количества числа участников и составляет 0,038 тыс. рублей за человека.

Каждая из представленных федераций спорта – Белгородская региональная общественная организация «Федерация легкой атлетики», Белгородская региональная спортивная общественная организация «Федерация плавания», Федерация велоспорта Белгородской области, Белгородская областная федерация волейбола, Белгородская региональная общественная организация «Федерация футбола» – предоставят услуги судейского комитета по каждому из выбранных направлений, обеспечивая мероприятие кадровым сопровождением (минимум по 5 человек). Стоимость услуг каждой федерации составит 25,00 тыс. рублей.

Вознаграждение за участие звездных гостей, а именно известных спортсменов региона, и проведение ими мастер-классов определено в размере 30,00 тыс. рублей (зарядка, йога, стретчинг).

Также для реализации проекта необходимо привлечение двух пейсмейкеров – бегунов, лидирующих и задающих темп на беговых дистанциях (21,1 км) в течение определённого отрезка дистанции (по 5,00 тыс. рублей).

Оплата агентству развлечений «АРТ ЛЭНД» услуг проведения мероприятия составит 150,00 тыс. рублей с учетом звукового и светового оформления, услуг ведущих на открытии и закрытии фестиваля, а также минимум пяти ведущих на спортивных площадках мероприятия.

Также планируется обеспечение шоу-программой – 70,00 тыс. рублей (выступление современных творческих коллективов, в том числе и студенческих (представители БГИКИ), розыгрыш призов от спонсоров) и проведение праздничного салюта (агентство фейерверков) – 100,00 тыс. рублей.

Экскурсионное обслуживание обеспечит «Золотая подкова» как участник Белгородской Ассоциации содействия развитию сферы гостеприимства, отдыха и развлечений, а также студенты-волонтеры. Расходы на экскурсовода составят в общем объеме 10,00 тыс. рублей, т.е. 2,00 тыс. рублей за мероприятие (3 обзорных экскурсии и два экскурсовода в Прохоровку). Гостям для ознакомления с экспозицией музеев будет предложено самостоятельное приобретение билетов.

Студенты-волонтеры (БелГУ , БГИКИ) будут привлечены на протяжении всего мероприятия по 25 человек на каждой спортивной площадке, а также по 2 человека в разделах камер хранения и по 3 человека для оказания помощи организаторам для регистрации данных. В общей сложности – 150 человек.

8. В целом на реализацию проекта будут привлечены средства компаний, участвующих в проведении мероприятия, осуществляющих доленое участие в финансировании по согласованию, а также средства спонсоров, организационные взносы участников.

Для минимизации затрат будет осуществлен поиск дополнительных средств финансирования мероприятия путем частичного спонсирования фестиваля на взаимовыгодных условиях при размещении рекламы на время проведения события, а также на сайте организации (Afterparty «#На старт» – ресторан «Лес и лис», «Веретено», «Солома», «Фамильный дом вкуса», «Кейтеринг Белогорья», «Белогорье», «Ривьера», РА «РУШ», «Феерверк Мастер», кондитерское объединение «Славянка», «Санта Моника», «Platinum Gum», FormulaPro, профсоюз «Правда», Бизнес-отель «Континенталь», «Розы Белогорья», ПАО «СберБанк», ВТБ, «Триал Спорт», «Спортмастер»).

9. Разработка и проведение рекламной кампании, путем обеспечения рекламными сообщениями в СМИ, привлечения прессы на период проведения фестиваля, проведения акций во время работы фестиваля, изготовления и распространения афиш и буклетов фестиваля, аккредитационных карточек, дипломов, изготовление и приобретение брендированной продукции с эмблемой фестиваля. Данный этап будет рассмотрен в плане маркетинга.

10. Обеспечение безопасности на мероприятии:

– обеспечение первой медицинской помощи (Департамент здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области) – дежурство машин скорой медицинской помощи на каждой из пяти площадок;

– организация работы правоохранительных органов (УМВД России по Белгородской области), перекрытие дорог и трассы – ГИБДД направляет

обращение в «Росавтодор», который должен подтвердить перекрытие федеральной трассы и в «Магистраль» (для муниципальной трассы).

11. Проведение мероприятия.

12. Подведение итогов мероприятия – оценка эффективности.

В последующие годы реализации проекта возможна ежегодное проведение данного мероприятия, проведение фестивалей зимних видов спорта, а также продажа франшизы «Ежегодный мультиспортивный фестиваль «#На старт», который должен стать современным направлением бизнеса с минимальными затратами и быстрой окупаемостью.

В данном случае преимуществами франшизы будет являться:

- получение эксклюзивного права на организацию и ежегодное проведение фестиваля в выбранном регионе;
- эффективная бизнес-модель;
- готовый и грамотно проработанный сценарий проведения мероприятия;
- постоянная поддержка и консалтинговое сопровождение деятельности на всех этапах подготовки проекта;
- сайт на едином домене nastart.ru;
- обучение, методическая, юридическая, консультационная помощь и поддержка в процессе работы;
- право использовать товарный знак и коммерческое обозначение «Ежегодный мультиспортивный фестиваль «#На старт»;
- формирование базы контактов и статус регионального партнера;
- пакет документов – наработанный брендбук, шаблоны договоров с партнёрами и спонсорами;
- комплекс визуальных материалов по фирменной идентификации (логотип, визитки, презентация, брошюры).

4. Маркетинговый план

Спорт и спортивные события как маркетинговый инструмент обладают огромным потенциалом для реализации нестандартных идей продвижения и вовлечения аудитории. Многие компании, решив зайти на территорию спорта, не ограничиваются использованием стандартного размещения, а стараются задействовать сразу несколько форматов, разрабатывая яркие интегрированные проекты.

Социальные сети и доступный интернет наряду с новыми возможностями установили и новые правила игры: сегодня для успешного продвижения следует учитывать скорость распространения информации и быстрое изменение повестки дня. Это становится особенно важным в спортивном маркетинге. Внимание аудитории к любому соревнованию характеризуется не только сильным эмоциональным вовлечением, но и крайне узкими временными рамками. Поэтому на территории спорта на первый план выходит скорость реакции бренда и работа с тем или иным событием в момент его актуальности, а задача любого спецпроекта – использовать пик роста внимания к событию так, чтобы получить максимальный эффект.

В качестве специфических задач, на которые нацелен маркетинговый план мероприятия, следует выделить:

- необходимость произвести впечатление как на участников, так болельщиков, дать им «зрелище» в любом виде, чтобы спровоцировать проявление эмоций, сопереживания, заинтересовать определёнными событиями;
- вовлечь в процесс спонсора, воспитать его лояльность, приверженность, показав аудитории созданную ассоциативную связь между брендом мероприятия фестиваля и брендом спонсора;
- создавать новостные поводы, не только информируя СМИ, но и провоцируя их принять сторону разрабатываемого фестиваля;
- извлечь из спортивного события прибыль для спонсора, для организаторов мероприятия, и проконтролировать зрительские впечатления;

- побудить болельщиков в перспективе принять участие в спортивном фестивале;
- акцентировано взаимодействовать с различными культурными организациями, создавая иллюзию «эффекта присутствия» [8].

Организация и проведение фестиваля нацелено на решение определенных задач, связанных с коммуникациями с целевой аудиторией, а именно: формирование позитивного образа бренда, повышение лояльности целевой аудитории, привлечение новых клиентов, обеспечение широкой огласки в СМИ и сети Интернет, взаимодействие с городской культурной средой.

Целевой аудиторией являются активные любители спорта города Белгород, Белгородской области, представители городов ЦФО по таким направлениям, как: бег, плавание, велогонка, пляжный волейбол, футбол, которые готовы принять участие в индивидуальных и командных состязаниях.

Данный фестиваль будет интересен широкому кругу посетителей, так как дает возможность не только принять участие в соревнованиях, но наблюдать за зрелищными мероприятиями. Разнообразная тематика привлечет как детскую, так взрослую целевую аудиторию. Проведение бесплатных мастер-классов позволит увеличить число гостей.

Особое внимание уделено необходимости привлечения иногородних туристов, которые обеспечат заселяемость гостиничных средств размещения. Этому способствует сформированная двухдневная программа и включение не только спортивных мероприятий, но и насыщение культурными событиями. Как правило, привлечение данной категории участников влечет их приезд с семьями, друзьями, родственниками, что оказывает безусловный положительный эффект.

Программой «Ежегодного мультиспортивного фестиваля «#На старт» предусмотрено проведение состязаний по указанным выше направлениям. Группы участников в соревнованиях сегментированы по номинациям первенств, дистанциям в группах по возрасту и полу.

Участники на площадке «Бег» в номинациях «дети» и «личное первенство» в выбранных дистанциях сгруппированы по половому и возрастному признаку (7 – 10, 11 – 14, 15 – 23, 24 – 39, 40 – 49, старше 50) (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Группы участников в соревнованиях на площадке «Бег»

Код	Группа Мужчины	Группа Женщины	Год рождения
Группы участников в номинации – «дети», на дистанции 1 км			
1ЮД1	Ю 7 – 10	Д 7 – 10	2012 – 2009
1ЮД2	Ю 11 – 14	Д 11 – 14	2008 – 2005
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 5 км			
Б5МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
Б5МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
Б5МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
Б5МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 10 км			
Б10МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
Б10МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
Б10МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
Б10МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 21,1 км			
Б21,1МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
Б21,1МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
Б21,1МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
Б21,1МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше

При проведении соревнований по велогонке и плаванию участие детей будет исключено, по причине обеспечения особой безопасности участников.

Дифференциация групп участников на площадке «Плавание» в номинациях и группах представлена в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Группы участников в соревнованиях на площадке «Плавание»

Код	Группа Мужчины	Группа Женщины	Год рождения
1	2	3	4
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции «Sprint» 1500 м			
1500МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
1500МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
1500МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
1500МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше

1	2	3	4
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции «Half Oceanman» 3000 м			
3000МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
3000МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
3000МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
3000МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции «Oceanman» 6000 м			
6000МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
6000МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
6000МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
6000МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше

В таблице 4.3 представлена группировка участников в соревнованиях на площадке «Велогонка».

Таблица 4.3

Группы участников в соревнованиях на площадке «Велогонка»

Код	Группа Мужчины	Группа Женщины	Год рождения
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 10 км			
В10МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
В10МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
В10МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
В10МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 20 км			
В20МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
В20МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
В20МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
В20МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше
Группы участников в номинации – «личное первенство», на дистанции 40 км			
В40МЖ1	М 15 – 23	Ж 15 – 23	2004 – 1996
В40МЖ2	М 24 – 39	Ж 24 – 39	1995 – 1980
В40МЖ3	М 40 – 49	Ж 40 – 49	1979 – 1970
В40МЖ4	М 50 +	Ж 50 +	1969 и старше

При проведении мероприятий на площадках «Пляжный волейбол» и «Футбол» выделены две номинации – «дети» и «командное первенство». Все участники поделены по половому признаку, что касается групп участников в номинации – «дети», то их деление осуществлено в дополнении по возрасту (7 – 10, 11 – 14).

Дифференциация групп участников в соревнованиях на площадке «Пляжный волейбол» в номинациях и группах представлена в таблице 4.4.

Таблица 4.4

Группы участников в соревнованиях на площадке «Пляжный волейбол»

Код	Группа Мужчины	Группа Женщины	Год рождения
Группы участников в номинации – «дети»			
4ЮД1	Ю 7 – 10	Д 7 – 10	2012 – 2009
4ЮД2	Ю 11 – 14	Д 11 – 14	2008 – 2005
Группы участников в номинации «командное первенство» дифференцированы по половому признаку			
4МЖ1	М 15 – 80+	Ж 15 – 80+	Без ограничения

Деление взрослой аудитории не представляется необходимым, так как команды самостоятельно сформированы на этапе регистрации.

Группы участников в соревнованиях на площадке «Футбол» представлены в таблице 4.5.

Таблица 4.5

Группы участников в соревнованиях на площадке «Футбол»

Код	Группа Мужчины	Группа Женщины	Год рождения
Группы участников в номинации – «дети»			
5ЮД1	Ю 7 – 10	Д 7 – 10	2012 – 2009
5ЮД2	Ю 11 – 14	Д 11 – 14	2008 – 2005
Группы участников в номинации «командное первенство» дифференцированы по половому признаку			
5МЖ1	М 15 – 80+	Ж 15 – 80+	Без ограничения

Реализация проекта будет предусматривать применение стратегии дифференцированных цен. Она позволяет адаптировать ценовой портфель для различных клиентских групп. При установлении исходных цен использованы затратный метод и метод конкурентного паритета. Применение затратного метода позволило определить минимально допустимую продажную цену слотов, учитывающую себестоимость стартовых пакетов и минимальной нормы прибыли. Метод конкурентного паритета отражает конъюнктуру рынка аналогичных видов услуг и ценовую политику. Также следует отметить,

что продажа слотов в соревнованиях по бегу в номинации «дети» будет осуществлена по цене ниже себестоимости и носить не коммерческий, а более статусный и социальный характер. При этом число слотов составит 200 единиц и разница будет возмещена за счет предполагаемого участия родителей.

Стимулирование сбыта на основе дифференцирования цены позволит установить гибкое взаимоотношение за счет изменения размера заявочного взноса. Заявочный взнос оплачивается при регистрации и дифференцируется в зависимости от даты регистрации (апрель, май / июнь / июль) и вида спорта. Размер заявочного взноса указан на сайте регистратора <https://reg.place.com/event/001-NASTART>.

Для лиц старше 60 лет устанавливается индивидуальная скидка на регистрацию в спортивном фестивале в размере 30%, для участников ВОВ и инвалидов в размере 50% от стоимости регистрации соответствующего периода. В случае болезни или отказа от участия в соревновании стартовый взнос не возвращается. Участник может передать свой стартовый взнос другому.

Основными инструментами, используемыми в процессе продвижения фестиваля, будут следующие элементы и каналы.

1. Информационное освещение мероприятия в СМИ:

– информация в печатных изданиях прессы (журналы и газеты, в том числе при перекрытии трассы за 2 месяца необходимо об этом оповестить общественность, поэтому должна быть оплачена рекламная площадь в местной прессе);

– выступление организаторов на радио;

– рассылка – рассылка приглашений и программ фестиваля участника, заинтересованным лицам и спонсорам;

– привлечение прессы на период проведения фестиваля;

– организация проведения пресс-конференции [33, с. 25].

2. Организация рекламных и PR-мероприятий фестиваля:

– информационное насыщение сайта фестиваля с сообщениями о предстоящем мероприятии, что позволяет выкладывать фотоотчеты, разме-

щение информации в социальных сетях, регистрация на портале интернет-сервиса и создание там страницы фестиваля;

- проведение благотворительных мероприятий в процессе подготовки фестиваля;
- взаимодействие со СМИ через Интернет;
- привлечение спонсоров и партнеров (cross promotion, что позволит договориться об обмене информацией) – подготовка партнерского предложения с учетом реальных интересов потенциального спонсора;
- печать рекламной продукции – изготовление и распространение афиш и буклетов фестиваля, аккредитационных карточек, дипломов, изготовление и приобретение сувениров с эмблемой фестиваля, брендированной продукции;
- наружная реклама – реклама на транспорте, размещение уличной рекламы на растяжках, тумбах и плакатах;
- размещение информации на официальных сайтах департаментов администрации, управлений областной и городской администрации, спортивных федераций;
- проведение акций во время работы фестиваля;
- особая роль в освещении фестиваля будет отведена информационным партнерам мероприятия – «Бел.RU», «BF», «FONAR.TV», 2do2go.ru;
- подробная информация о мероприятии доступна на сайте мероприятия и в социальных сетях по адресу: <http://festnastart.ru>, <https://vk.com/festnastart>, <https://www.facebook.com/festnastart>, <https://www.instagram.com/festnastart>, <https://twitter.com/festnastart>.

Особое внимание планом маркетинга будет уделено интернет-маркетингу, как эффективному механизму продвижения, показателями которого является создание трафика и удержание клиентов.

Методы лидогенерации, направленные на привлечение пользователей и убеждение их совершить покупку услуги, будут в следующих формах:

- SEO-оптимизация (продвижение в поисковых системах);

- e-mail-рассылка;
- реклама в социальных сетях;
- контекстная реклама;
- баннерная реклама;
- подписка на новости;
- продвижение через форумы и дискуссии;
- партнерские программы [15, с. 94].

Фиделизация или удержание клиентов в форме усилий, направленных на повышение лояльности клиентов, будет обеспечена следующими методами – регулярная работа над оптимизацией сайта и контентом, создание email-рассылки по базе подписчиков, поддержание сообществ в соцсетях (опросы, ответы на комментарии).

В основном будут использованы диджитал-каналы, так как именно там гости и участники привыкли получать новую информацию: маркетинг в социальных медиа, кросс-промоушен и конкурсные механики с участниками и партнерами, публикации в имиджевых и специализированных интернет-изданиях, коллаборации с тематическими блоггерами [11]. Еще одним каналом будут тематические сообщества, которые находятся ВКонтакте, «Facebook» и «Instagram». Будут даны объявления, ориентированные на конкретные сегменты потребителей, которые освещают конкретную тематику и приглашают заинтересованную аудиторию на фестиваль.

Организация действий по продвижению разделены на стадии:

- pre-event – главная задача продвижения заключается в привлечении участников и гостей, а также в целом внимания к проекту, начало всех планируемых маркетинговых мероприятий будет за 5 – 6 месяцев до старта для оповещения аудитории, к моменту приближения даты открытия мероприятия будет увеличена активность с пиком в последние 3 – 4 недели;
- event – активная PR-работа с прессой, проведение трансляций на сайте;

– post-event – серии публикаций в прессе и проведение пресс-конференции по итогам спортивного мероприятия.

Разработка проекта сопряжена с разработкой сбытовой политики и выбором канала сбыта, в качестве которого определен электронный интернет-сервис, который напрямую информирует организаторов мероприятия о состоянии регистрации участников, которая организована в рамках электронного интернет-сервиса адресу: <https://reg.place.com/event/001-NASTART>. Окончание – до 18:00 за два дня до начала фестиваля.

В таблице 4.6 представлены тарифы на дополнительные услуги для организаторов в системе reg.place.

Таблица 4.6

Тарифы на дополнительные услуги для организаторов, тыс. руб.

Статья	Сумма
Настройка мероприятия менеджером Рег.плейс в соответствии с ТЗ Принципала	5,00
Загрузка списка зарегистрированных участников через административный интерфейс организатора	5,00
Перечисление собранных средств за каждые 200 участников	1,00

Данный сервис аккумулирует информацию о подобных спортивных мероприятиях на территории РФ, что позволяет информировать и привлекать участников из других регионов.

Сервис регистрации reg.place бесплатный для организаторов и участников. При организации оплаты регистрационных взносов через сайт сервисный сбор платформы – 5%.

В таблице 4.7 представлен размер регистрационного взноса для участия в фестивале в зависимости от видов спорта и выбранной дистанции.

Для участия в соревнованиях по бегу участникам будут предложены слоты следующей стоимости:

- 1 км – 0,5 тыс. рублей (не зависимо от времени регистрации);
- 5 км – 1,00 тыс. рублей (при регистрации в апреле, мае), 1,30 тыс. рублей в июне и 1,50 тыс. рублей в июле;

- 10 км – 1,00 тыс. рублей, 1,30 тыс. рублей и 1,50 тыс. рублей;
- 21,1 км – 1,50 тыс. рублей, 1,80 тыс. рублей 2,00 тыс. рублей.

Таблица 4.7

Размер регистрационного взноса, тыс. руб.

Вид спорта	Дистанция	Месяц регистрации / стоимость слота		
		апрель, май	июнь	июль
Бег	1 км (Детский)	0,50	0,50	0,50
	5 км	1,00	1,30	1,50
	10 км	1,00	1,30	1,50
	21,1 км	1,50	1,80	2,00
Плавание	1500 м	1,00	1,20	1,50
	3000 м	1,50	1,80	2,00
	6000 м	2,00	2,40	2,60
Велогонка	10 км	1,00	1,20	1,50
	20 км	1,50	1,80	2,00
	40 км	2,00	2,40	2,60
Пляжный волейбол	Дети	0,60	0,70	0,80
	Взрослые	0,80	1,00	1,20
Футбол	Дети	0,60	0,70	0,80
	Взрослые	0,80	1,00	1,20

Стоимость участия в «Плавании» и «Велогонке» одинакова и различается по дистанциям:

- 1500 м («Плавание») и 10 км («Велогонка») – 1,00 тыс. рублей (при регистрации в апреле, мае), 1,20 тыс. рублей в июне и 1,50 тыс. рублей в июле;

- 3000 м («Плавание») и 20 км («Велогонка») – 1,50 тыс. рублей, 1,80 тыс. рублей и 2,00 тыс. рублей;

- 6000 м («Плавание») и 40 км («Велогонка») – 2,00 тыс. рублей, 2,40 тыс. рублей, 2,60 тыс. рублей.

При организации состязаний по пляжному волейболу и футболу размер организационного взноса для детей составит от 0,60 тыс. рублей и 0,70 тыс. рублей до 0,80 тыс. рублей, для взрослых – 0,80 тыс. рублей, 1,00 тыс. рублей, 1,20 тыс. рублей соответственно.

Таблица 4.8 отражает число участников фестиваля, которое в общей совокупности составит 1935 человек.

Число зарегистрированных участников, чел.

Вид спорта	Дистанция	Месяц регистрации / число участников, чел.		
		апрель, май	июнь	июль
Бег	1 км	50	150	
	5 км	150	250	50
	10 км	100	220	30
	21,1 км	20	80	10
Плавание	1500 м	20	65	10
	3000 м	20	60	7
	6000 м	10	55	5
Велогонка	10 км	15	65	10
	20 км	20	70	7
	40 км	10	55	5
Пляжный волейбол	Дети	7	35	14
	Взрослые	14	56	14
Футбол	Дети	11	55	11
	Взрослые	22	55	22

Предполагается, что основной процесс регистрации будет осуществлен в июне. По каждой спортивной площадке данные о количестве участников следующие.

1. Спортивная площадка «Бег» – 1100 человек, в том числе:

- 1 км – 200 человек;
- 5 км – 450 человек;
- 10 км – 350 человек;
- 21,1 км – 110 человек.

2. Спортивная площадка «Плавание» – 252 человека, в том числе:

- 1500 м – 95 человек;
- 3000 м – 87 человек;
- 6000 м – 70 человек.

3. Спортивная площадка «Велогонка» – 257 человек, в том числе:

- 10 км – 90 человек;
- 20 км – 97 человек;
- 40 км – 70 человек.

4. Спортивная площадка «Пляжный волейбол» – 140 человек:

- дети – 56 человек;
- взрослые – 84 человека.

5. Спортивная площадка «Футбол» – 176 человек, в том числе:

- дети – 77 человек;
- взрослые – 99 человек.

Ежегодное проведение фестиваля обеспечит рост числа его участников на 15%.

В приложении М представлен запланированный маркетинговый бюджет проекта в размере 1003,20 тыс. рублей.

Планируется осуществить передачу информационных сообщений в печатных изданиях прессы:

- в газетах – для информирования жителей города и района о перекрытии трасс и ограничении движения (4,00 тыс. рублей);
- в журналах (24,00 тыс. рублей) – для формирования статуса мероприятия в процессе подготовки (1 статья) и по итогам проведения фестиваля (2 статьи).

Разработка макета и рассылка информационных писем и писем-приглашений – официальным органам власти, спонсорам (3,00) тыс. рублей.

Для формирования позитивного имиджа мероприятия необходимо проведение следующих мероприятий для освещения события и осуществление затрат по таким направлениям, как:

- участие организаторов на радио – 2 программы, посвященные фестивалю, проведение розыгрыша слотов и выдача сувенирной продукции (24,00 тыс. рублей), основной акцент будет сделан на создание ярких впечатлений слушателей, информации о сроках и месте проведения фестиваля;
- организация проведения пресс-конференций – неформальная встреча с прессой форме бизнес-завтраков или бизнес-ланчей (6 мероприятий с бюджетом на каждое 3,00 тыс. рублей), у организаторов основная задача привлечь аудиторию к проекту, улучшить имидж проекта и компании, обеспечить продвижение мероприятия;

– проведение двух благотворительных мероприятий – в форме тренировок со школьниками или детьми (12,00 тыс. рублей).

Сотрудничество с партнерами и cross promotion – 4 проекта по 3,00 тыс. рублей.

Печать рекламной продукции включает:

– печать и размещение 200 афиш (90,00 тыс. рублей) по 450 рублей – будут задействованы как рекламные поля, так и компании партнеры;

– буклеты – 1000,00 штук по 5 рублей;

– аккредитационные карточки для организаторов, волонтеров, прессы (200 штук по 50 рублей на 10,00 тыс. рублей);

– дипломы участникам, занявшим 1, 2, 3 места – 264 диплома по 150 рублей (39,60 тыс. рублей).

Заказ брендированной продукции будет осуществлен с нанесением логотипа мероприятия и спонсоров, стоимость определена с учетом нанесения информации:

– кубки – 88 кубков за 1 место по 500 рублей за штуку (44,00 тыс. рублей);

– флаги для пейсмейкеров и рекламные «флаги перо» для спортивных площадок и фестивальной площадки (80 штук по 1,40 рублей на 112,00 тыс. рублей);

– шары и пресс-воллы на 6 площадок (в том числе на фестивальную площадку) с бюджетом по 12,00 тыс. рублей и 9 тыс. рублей;

– арки – 37,00 тыс. рублей (на 185,00 тыс. рублей).

Использование элементов наружной рекламы будет представлено путем ее размещения:

– на транспорте (24,00 тыс. рублей) – за месяц до начала мероприятия и на двух автобусах во время фестиваля для идентификации бесплатных автобусов;

– на растяжках над дорогами (40,00 тыс. рублей);

– на тумбах и плакатах (15 тыс. рублей).

Особое место в процессе продвижения уделено интернет-рекламе, что и запланировано бюджетом маркетинга:

- реклама в социальных сетях – 50,00 тыс. рублей;
- поддержание сообществ в соцсетях (опросы, ответы на комментарии) – 8,00 тыс. рублей;
- продвижение чрез форумы и дискуссии – 6,00 тыс. рублей (размещение всех желающих посланий участникам в интернете под официальном хэштегом проекта – #всенастарт, аккумуляирование интервью и посланий на специальном лендинге проекта, который затем будет транслироваться в местах присутствия участников);
- партнерские программы – 10,00 тыс. рублей;
- подписка на новости – 3,00 тыс. рублей;
- регистрация на портале интернет-сервиса и создание там страницы фестиваля, настройка мероприятия менеджером сайта администратора – 5,00 тыс. рублей;
- продвижение в поисковых системах на основе SEO-оптимизации – 38,60 тыс. рублей;
- контекстная реклама – 40,00 тыс. рублей;
- баннерная реклама – 35,00 тыс. рублей.

Основная часть средств для оплаты бюджета маркетинга будет представлена средствами спонсоров («Славянка», «Санта Моника», «Platinum Gum», FormulaPro, профсоюз «Правда», бизнес-отель «Континенталь», «Розы Белогорья», ПАО «СберБанк», ВТБ) взамен на размещение рекламы и нанесении на брендированную продукцию логотипов.

Часть затрат в размере 104,60 тыс. рублей (информационные сообщения в газете, разработка макета и рассылка, участие на радио, организация проведения пресс-конференций, благотворительных мероприятий, регистрация на портале интернет-сервиса и создание страницы фестиваля, SEO-оптимизация) будет оплачена за счет средств, полученных при реализации слотов и учтены в структуре расходов проекта.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Финансовый план позволит в полной мере оценить результаты реализации проекта. Первоначальные инвестиции составят 130,00 тыс. рублей, в том числе:

- организационные расходы – 11,00 тыс. рублей;
- создание сайта компании – 35,00 тыс. рублей;
- приобретение оргтехники – 84,00 тыс. рублей.

Текущие расходы отражены в приложении Н. Постоянные расходы, не зависящие от объема оказания услуг, запланированы в сумме 1796,55 тыс. рублей и включают:

- оснащение и обслуживание пяти площадок соревнований – 534,50 тыс. рублей;
- часть маркетинговые мероприятия, которые оплачиваются организаторами – 104,60 тыс. рублей;
- приобретение инвентаря для проведения футбола и волейбола – 61,60 тыс. рублей;
- транспортное обеспечение (бесплатные автобусы до площадок соревнований и для обеспечения экскурсионной программой) – 40,00 тыс. рублей и 45,00 тыс. рублей;
- обеспечение двухсот человек кадрового состава и организаторов футболками, бейсболками и питанием – 160,00 тыс. рублей и 16,00 тыс. рублей;
- услуги пяти судейских комитетов (спортивных федераций) – 125,00 тыс. рублей;
- вознаграждение за участие трех «звездных гостей» – 30,00 тыс. рублей;
- привлечение пейсмейкеров на дистанцию 21,1 км – 10,00 тыс. рублей;
- расходы на экскурсионное обеспечение – 10,00 тыс. рублей;

- оплата услуг анимационного характера: агентства развлечений, шоу-программы, салюта – 150,00 тыс. рублей, 70,00 тыс. рублей, 100,00 тыс. рублей соответственно;

- заработная плата руководителю проекта и сотрудникам, привлекаемым на организацию проектных мероприятий, с учетом отчислений во внебюджетные фонды (27,1%) – 57,20 тыс. рублей и 190,65 тыс. рублей;

- двухмесячная аренда офиса – 30,00 тыс. рублей;

- амортизация ноутбуков – 28,00 тыс. рублей;

- ведение банковского счета, так как все операции будут проводиться через кредитно-финансовые учреждения – 7,00 тыс. рублей;

- услуги связи (интернет и телефон) – 12,00 тыс. рублей;

- расходы на приобретение канцелярских принадлежностей – 5,00 тыс. рублей;

- прочие расходы – 10,00 тыс. рублей.

Величина переменных расходов – 1424,74 тыс. рублей. Основная доля приходится на общую себестоимость стартовых пакетов, так:

- себестоимость стартовых пакетов «Бег» при числе участников 1110 человек и затратах на единицу 0,682 тыс. рублей составит 757,02 тыс. рублей;

- себестоимость стартовых пакетов «Плавание» – 165,82 тыс. рублей (252 человека и 0,658 тыс. рублей);

- себестоимость стартовых пакетов «Велогонка» – 198,40 тыс. рублей (257 человек и 0,772 тыс. рублей);

- себестоимость стартовых пакетов «Пляжный волейбол» – 88,48 тыс. рублей (140 человек и 0,632 тыс. рублей);

- себестоимость стартовых пакетов «Футбол» – 117,57 тыс. рублей (176 человек и 0,668 тыс. рублей);

- сформирован запас стартовых пакетов в количестве 38 штук (2% от числа зарегистрированных) и средней стоимости 0,682 тыс. рублей (определено как среднее значение по всем стартовым пакетам) – 25,93 тыс. рублей.

К оплате услуг электронного интернет-сервиса отнесены транзакции денежных средств – переводы осуществляются за каждые 200 зарегистрированных человек. В связи с тем, что принимать участие в соревнованиях будут 1935 человек интернет-партнер проведет 10 операций по переводу средств.

Оплата услуг хронометража – 61,52 тыс. рублей (1619 спортсменов-любителей в соревнованиях по бегу, плаванию, велогонке, 38 рублей затраты на каждого из участника).

Таким образом, проектом предусмотрены текущие расходы в размере 3221,29 тыс. рублей. В перспективе планируется их увеличение не более чем на 12% – 3607,84 тыс. рублей.

Таблица 5.1 отражает выручку, которую может получить компания от реализации слотов.

Таблица 5.1

Выручка от реализации слотов, тыс. руб.

Вид спорта	Дистанция	Месяц регистрации / выручка		
		апрель, май	июнь	июль
Бег	1 км (Детский)	25,00	75,00	0,00
	5 км	150,00	325,00	75,00
	10 км	100,00	286,00	45,00
	21,1 км	30,00	144,00	20,00
Плавание	1500 м	20,00	78,00	15,00
	3000 м	30,00	108,00	14,00
	6000 м	20,00	132,00	13,00
Велогонка	10 км	15,00	78,00	15,00
	20 км	30,00	126,00	14,00
	40 км	20,00	132,00	13,00
Пляжный волейбол	Дети	4,20	24,50	11,20
	Взрослые	11,20	56,00	16,80
Футбол	Дети	6,60	38,50	8,80
	Взрослые	17,60	55,00	26,40

Сумма в 2424,80 тыс. рублей определена исходя из регистрации и оплаты взноса на каждой спортивной площадке.

1. Спортивная площадка «Бег» – 1275,00 тыс. рублей, в том числе:

- 1 км – 100,00 тыс. рублей;
- 5 км – 550,00 тыс. рублей;

- 10 км – 431,00 тыс. рублей;
 - 21,1 км – 194,00 тыс. рублей.
2. Спортивная площадка «Плавание» – 430,00 тыс. рублей, в том числе:
- 1500 м – 113,00 тыс. рублей;
 - 3000 м – 152,00 тыс. рублей;
 - 6000 м – 165,00 тыс. рублей.
3. Спортивная площадка «Велогонка» – 443,00 тыс. рублей, в том числе:
- 10 км – 108,00 тыс. рублей;
 - 20 км – 170,00 тыс. рублей;
 - 40 км – 165,00 тыс. рублей.
4. Спортивная площадка «Пляжный волейбол» – 123,90 тыс. рублей:
- дети – 39,90 тыс. рублей;
 - взрослые – 84,00 тыс. рублей.
5. Спортивная площадка «Футбол» – 152,90 тыс. рублей, в том числе:
- дети – 53,90 тыс. рублей;
 - взрослые – 99,00 тыс. рублей.

Также дополнительный доход обеспечит предоставление в аренду мест для обеспечения посетителей платным питанием и продажей сувенирной продукцией – 1000,00 тыс. рублей. Стоимость размещения для компании-партнера – 25,00 тыс. рублей на одной площадке фестиваля. Планируется предоставление мест в аренду минимум 8 организациям, среди которых «Веретено», «Солома», «Фамильный дом вкуса», «Кейтеринг Белогорья» и др. «Белогорье», «Ривьера» будут размещены на основе бартера, так как при проведении соревнований задействованы их локации. Всем компаниям будут представлены рекламные площади на бесплатной основе, а также их логотипы размещены на брендированной продукции фестиваля.

В целом выручка от реализации проектных мероприятий составит – 3424,80 тыс. рублей. Увеличение числа участников на 15% приведет к росту выручки до 3938,52 тыс. рублей.

На основе рассчитанных финансовых показателей составлен прогнозный отчет о финансовых результатах (Приложение П), отражающий получение чистой прибыли: в первый год реализации проекта – 162,81 тыс. рублей, во второй – 264,54 тыс. рублей. Также следует отметить, что на начальном этапе работа фестиваля будет приносить минимум прибыли, погашение расходов будет осуществляться за счет всех доступных источников. Ключевая задача проекта – его социальная направленность, развитие внутреннего и въездного туризма, популяризация спорта и здорового образа жизни.

Расчет точки безубыточности основан на том, что учтена полученная выручка от оказания всех видов услуг. При этом средняя цена за единицу услуги составит 1,77 тыс. рублей, средние переменные издержки 0,74 тыс. рублей, точка безубыточности – 3076,31 тыс. рублей или 1738,11 слотов. На рисунке 5.1 графически представлена точка безубыточности проекта.

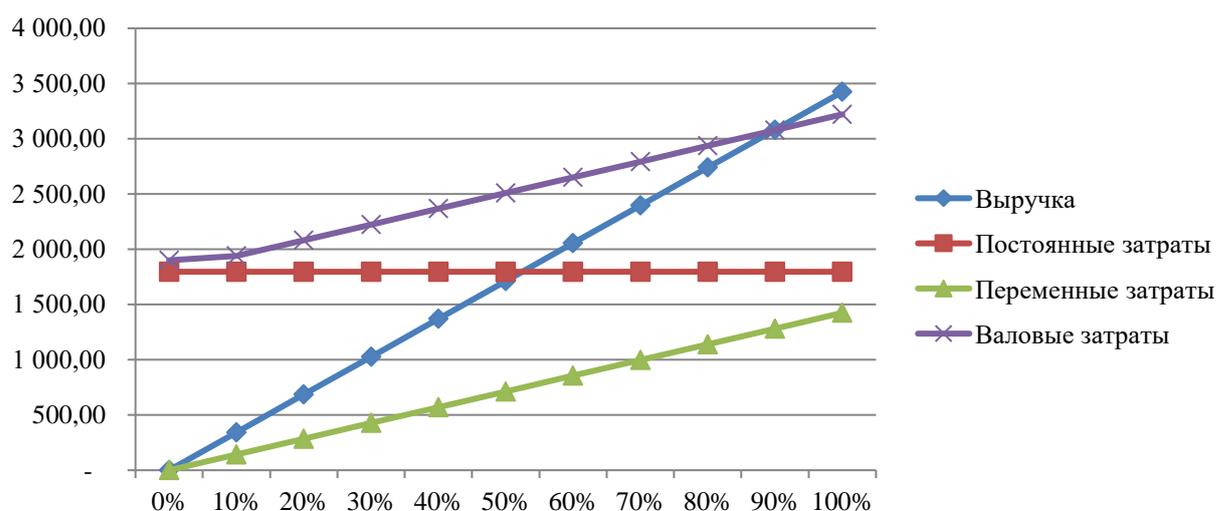


Рис. 5.1. График безубыточности проекта

Если не учитывать доходы от аренды, а только регистрационные взносы (2424,80 тыс. рублей) при объеме реализации 193 слотов, постоянных и переменных затратах соответственно – 1796,55 тыс. рублей и 1424,74 тыс. рублей для достижения точки безубыточности необходим объем реализации в 4356,01 тыс. рублей или 3476,11 слотов (средняя цена за единицу услуги – 1,25 тыс. рублей, средние переменные издержки 0,74 тыс. рублей).

В перспективе возможно достижение окупаемости проекта и дальнейшая его коммерциализация для развития фестивального движения и туристской инфраструктуры. В ближайшее время проведение фестиваля на некоммерческой основе предусматривает гибкое взаимодействие с компаниями-партнерами, спонсорами.

После завершения фестиваля наступает этап подведения итогов и оценки эффективности проведенного мероприятия. Здесь важно выявить достоинства и недостатки мероприятия, чтобы учесть их при дальнейшей работе, так как предполагается проводить фестиваль регулярно [24, 38].

Классическими инструментами оценки эффективности мероприятия являются следующие:

- количество посетителей – наиболее доступный показатель оценки эффективности – при условии участия 1935 человек, общее число посетителей в виде пришедших для поддержки семей или друзей составит 5800 человек (минимум 3 человека на 1 участника), так как в будущем фестиваль приобретает традиционный характер, то эффективным показателем будет положительная динамика изменения численности посетителей, также следует учесть число сторонних заинтересованных, которые привлечены благодаря проведению PR-акций;

- отклики посетителей – для определения эффективности мероприятия, если все участники и посетители остались довольны, сарафанное радио будет работать на пользу организаторам и спонсорам, сбор откликов проводится путем фиксирования комментариев в социальных сетях;

- конверсия посетителей мероприятия в новых клиентов компании-спонсора – рост числа на 5 – 10%;

- количество и качество публикаций в СМИ и упоминаний о проведенном мероприятии в сети Интернет – по предварительным оценкам более 50.

Планируя мероприятие, а особенно такое масштабное, как фестиваль, важно заранее, еще на этапе подготовки, предусмотреть и предупредить все

возможные риски, заранее определив меры по предупреждению организационных трудностей.

Риски можно условно подразделить на две категории:

- связанные с организацией фестиваля;
- связанные с работой с различными целевыми группами.

Организация подобного рода мероприятий связана с перекрытием или закрытием водной акватории и трасс. Для решения рисков отмены или переноса стартов заложено не менее полугода на подготовку и согласование документации во всех инстанциях, чтобы исключить вероятность форс-мажора, а также привлечение законодательных и исполнительных органов власти в проект реализации мероприятия.

Для снижения рисков безопасности – соревнования проводятся только с застрахованными участниками, которые не допускаются к участию без односторонней страховки, покрывающей спортивное состязание, не менее, чем на 50,00 тыс. рублей. Несмотря на то, что законом прописано только наличие медицинской справки, при проведении мероприятия введено дополнительное требование по страхованию.

Также в качестве риска можно выделить недостаточную финансовую поддержку фестиваля, отсутствие покрытия расходов – снизить уровень влияния данного риска можно путем привлечения партнеров, спонсоров, волонтеров, оказания дополнительных видов услуг.

Такое неблагоприятное событие, как неинтересное, непривлекательное открытие и закрытие фестиваля, можно избежать путем привлечения для разработки несколько event-агентств, которые на основании технического задания подготовят проект сценария для вовлечения максимального числа людей, привлечения максимального объема средств, широкого охвата людей информированных про фестиваль.

Отсутствие интереса со стороны спонсоров можно минимизировать путем поиска разных подходов через PR, HR, помощь сообществу, в котором работают и т.п., предлагая яркие акции во время подготовки и проведения

мероприятия, показать социальную значимость спонсора в глазах общества и власти.

В процессе привлечения коммерческих партнёров экономический риск при работе с ними заключается в вероятности отказа от участия в фестивале. Для минимизации данного риска была введена система 50% предоплаты, что обеспечивает гарантию закрепления места для реализации продукции для партнёра и является «страховкой» для организаторов.

По работе со СМИ необходимо заранее договариваться о публикациях, просвещать их в вопросах социальной сферы, иметь готовый пост-релиз, чтобы сразу после мероприятия разослать в информационные агентства, приглашать медийные лица (звездных тренеров), приглашать представителей власти, продумывать интересный для них формат мероприятия (бизнес-завтрак, бизнес-ланч), для снижения вероятности искажения информации – писать черновики и составлять структуру текстов, осуществлять вычитку материала перед публикацией.

Поскольку существенная часть посетителей фестиваля – участники, одним из вероятных рисков может стать малое количество зрителей. Для его минимизации была проведена обширная PR-компания через информационные Интернет-порталы. Привлечению дополнительной аудитории способствовало создание официального сайта, регулярное пополнение официальных аккаунтов фестиваля в социальных сетях.

Для минимизации возможных технических рисков, связанных с использованием аппаратуры, светотехники и необходимости хронометража, сопровождение отдано профильным компаниям.

Для оценки экономической эффективности проведен расчет показателей, которые позволяют судить о доходности проекта с позиции инвестора. Для оценки использованы динамические и статические показатели.

В приложении Р отражены исходные данные для определения эффективности инвестиций при реализации проекта фестиваля.

При расчете показателей учитывалась проектная дисконтная ставка, приводящая будущие денежные потоки к настоящему периоду времени.

Данные, полученные в результате расчета чистой современной стоимости, свидетельствуют о положительной чистой современной стоимости будущих денежных потоков – 209,88 тыс. рублей.

Индекс рентабельности, равный 2,61, характеризует отдачу с каждого инвестированного рубля в проектное мероприятие.

Предварительный расчет показателя внутренней нормы доходности соответствует 140,46%. Для уточненного значения получена величина – 140,39%, что превышает проектную ставку дисконтирования и подтверждает прибыльность проекта.

Определение срока окупаемости основано на рассмотрении статического и динамического срока окупаемости. На практике основным методом оценки приемлемости инвестиций является расчет дисконтированного периода возврата средств. В целом при реализации проекта оба срока окупаемости соответствуют одному году.

Коэффициент эффективности инвестиций (5,23) подтверждает доходность проекта.

Таким образом, рассмотренные показатели эффективности, характеризуют возможность рекомендации к организации и проведения фестиваля, его популяризации.

Заключение

Развитие фестивального движения оказывает положительное влияние на все сферы жизни – экономические, социальные, духовные. Планируется организация спортивного фестиваля под названием – «Ежегодный мультиспортивный фестиваль «#На старт», сочетающий проведение мероприятий на открытом воздухе (open air) на платной основе.

Его проведение ориентировано на рост туристической привлекательности региона, развития событийного туризма и физической культуры и спорта среди населения. Заявленный проект предусматривает участие минимум 1000 человек – максимум 2300 человек.

Отличительной особенностью разрабатываемого проекта-фестиваля будет представление мероприятия в виде серии событий, сочетающих спортивные и развлекательные мероприятия, на протяжении выходных и состоять из следующих площадок: бег, плавание, велогонка, пляжный волейбол, футбол. Общее руководство подготовкой, организацией и проведением мероприятия будет осуществлять АНО «На старт», также при поддержке органов государственной власти, спортивных федераций, образовательных учреждений, бизнеса.

Спортивные соревнования на площадке «Бег» будут проводиться на территории Парка Победы на дистанциях – 21,1 км, 10 км, 5 км, 1 км, на площадке «Плавание» – в акватории пляжа «Островок» на дистанциях «Sprint» – 1 500 м, «Half Oceanman» – 3 000 м, «Oceanman» – 6 000 м; на площадке «Велогонка» – на участке автодороги с. Нижний Ольшанец – с. Беловское на дистанциях – 10 км, 20 км, 40 км; на площадке «Пляжный волейбол» – на волейбольных площадках в акватории пляжа ГК «Белогорье»; на площадке «Футбол» – на мини-футбольных полях.

В спортивной программе фестиваля разыгрываются следующие номинации в дифференцированных группах по возрасту, полу и дистанциям:

- личное первенство;

- командное первенство;
- дети.

Помимо спортивных состязаний в программу фестиваля включены мероприятия развлекательного характера (функциональная тренировка «Зарядка со звездой», мастер-класс по йоге, стретчинг, шоу-программа, салют, турнир по шахматам, afterparty «#На старт», обзорная экскурсия по г. Белгород, экскурсия «Прохоровское поле – Третье ратное поле России»).

Особое внимание уделено необходимости привлечения иногородних туристов, которые обеспечат заселяемость гостиничных средств размещения. Этому способствует сформированная двухдневная программа и включение не только спортивных мероприятий, но и насыщение культурными событиями.

Основными инструментами, используемыми в процессе продвижения фестиваля, будут следующие элементы и каналы – информационное освещение мероприятия в СМИ, организация рекламных и PR-мероприятий.

Стоимость регистрационного взноса для участия в фестивале в зависимости от видов спорта и выбранной дистанции будет существенно отличаться и составит от 500 рублей до 2600 рублей.

В процессе прогнозирования проведено определение выручки от реализации проектных мероприятий составит (стоимость стартовых пакетов и дополнительные услуги) – 3424,80 тыс. рублей. Увеличение числа участников на 15% приведет к росту выручки до 3938,52 тыс. рублей.

Финансовым планом предусмотрены первоначальные и текущие затраты, связанные с оснащением площадок фестивалей, оплатой услуг, стоимостью стартовых пакетов, маркетинговыми мероприятиями.

Для минимизации затрат будет осуществлен поиск дополнительных средств финансирования мероприятия путем частичного спонсирования фестиваля на взаимовыгодных условиях при размещении рекламы на время проведения события, а также на сайте организации (Afterparty «#На старт» – ресторан «Лес и лис», «Веретено», «Солома», «Фамильный дом вкуса»,

«Кейтеринг Белогорья», «Белогорье», «Ривьера», РА «РУШ», «Феерверк Мастер», кондитерское объединение «Славянка», «Санта Моника», «Platinum Gum», FormulaPro, профсоюз «Правда», Бизнес-отель «Континенталь», «Розы Белогорья», ПАО «СберБанк», ВТБ, «Триал Спорт», «Спортмастер»).

В перспективе возможно достижение окупаемости проекта и дальнейшая его коммерциализация для развития фестивального движения и туристской инфраструктуры. В ближайшее время проведение фестиваля на некоммерческой основе предусматривает гибкое взаимодействие с компаниями-партнерами, спонсорами.

После завершения фестиваля подведены итоги и оценка эффективности проведенного мероприятия. При условии участия 1935 человек, общее число посетителей в виде пришедших для поддержки семей или друзей составит 5800 человек, конверсия посетителей мероприятия в новых клиентов компании-спонсоров увеличится на 5 – 10%, планируется более 50 публикаций в СМИ и упоминаний о проведенном мероприятии в сети-Интернет.

Анализ рисков позволил их подразделить на две категории, среди которых риски, связанные с организацией фестиваля и связанные с работой с различными целевыми группами, а именно риск отмены или переноса стартов, риск безопасности, недостаточная финансовая поддержка фестиваля, отсутствие покрытия расходов; неинтересное, непривлекательное открытие и закрытие фестиваля; отсутствие интереса со стороны спонсоров, отказ от участия в фестивале компаний партнеров, достоверность работы СМИ, малое количество зрителей, технические риски.

Оценка экономической эффективности проекта характеризуется индикаторами:

- чистая современная стоимость проекта – 209,88 тыс. рублей;
- индекс рентабельности – 2,61;
- внутренняя норма доходности – 140,39%;
- срок окупаемости инвестиционного проекта – 1 год.

Список использованных источников

1. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 – 2020 годы» : постановление Правительства Белгородской области : от 16 декабря 2013 г. № 522-пп // Справочная правовая система «Консультант Плюс».
2. Об утверждении муниципальной программы «Спорт для всех» : постановление Администрации города Белгорода : от 12 ноября 2014 года № 232 // Справочная правовая система «Консультант Плюс».
3. Абрамян Э. Promotion как современная маркетинговая коммуникация // Маркетинговые коммуникации. 2015. № 3. С. 7-8.
4. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 51-61.
5. Алексеева О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. 2016. № 6. С. 167.
6. Алипова Е. Event-маркетинг: Зачем нам event? URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=849> (дата обращения: 22.03.2019).
7. Амирова З. Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства: учеб. пособие. М.: Альтаир, 2014. 85 с.
8. Арзуманян А. Инструменты PR. Специальные события / Школа рекламиста. URL: http://www.advertiser-school.ru/PP-theory/PP_special_events.html (дата обращения: 22.03.2019).
9. Белгородская областная федерация волейбола. URL: <http://www.volley31.ru/federation/bofv.html> (дата обращения: 25.04.2019).
10. Белгородская региональная общественная организация «Федерация футбола». URL: <http://ff31.ru/federation/> (дата обращения: 25.04.2019).
11. Березин М. В. Массовая коммуникация: сущность, каналы, дей-

ствия. URL: <http://ob-svyazy.ru/lektsii-po-osnovam-teorii-kommunikatsii/21-sushhnost-i-funkcii-massovoj-kommunikacii.html> (дата обращения: 22.03.2019).

12. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Герда, 2017. 576 с.
13. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма: учеб. пособие. М.: Академия, 2015. 189 с.
14. Булганина С. В., Лопаткина Н. С. Событийный туризм: история и перспективы развития // Интернет-журнал Науковедение. 2015. № 3. С. 85-89.
15. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. М.: Альпина Паблишер, 2018. 384 с.
16. Виды и тенденции развития туризма: учеб. пособие / под ред. Б.И. Штейнгольца. Новосибирск: НГТУ, 2016. 235 с.
17. Воронина А. Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «География». 2016. Т. 24 (63). № 1. С. 161-172.
18. Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2015. 120 с.
19. Грачева О. Ю. Организация туризма: учеб. пособие. М.: Дашков и К°, 2018. 245 с.
20. Давыдова Е. Event-маркетинг как средство формирования уникальной личности бренда // Маркетинговые коммуникации. 2015. № 2. С. 36-50.
21. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учеб. пособие. М.: Дашков и К°, 2014. 72 с.
22. Докашенко Л. В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учеб. пособие. Оренбург: ОГУ, 2015. 164 с.
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. 2017. № 6. С. 116-119.

24. Егина Е. А. PR: специальные мероприятия / Школа рекламиста. URL: <http://www.advertiser-school.ru/PP-theory.html?page=2> (дата обращения: 22.03.2019).
25. Ерина Е. Д. Фестиваль как инструмент событийного маркетинга / Event-маркетинг. 2017 № 2. С. 136.
26. Зонин А. С., Кизилова И. Н. Менеджмент культурных событий. Презентация // Институт культурных программ. СПб. 49 слайдов. URL: http://www.docme.ru/doc/423550/menedzhment-kul._turnyh-sobytij (дата обращения: 29.04.2019).
27. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2017. 430 с.
28. Каурова А. Д. Организация сферы туризма. СПб.: Герда, 2018. 368 с.
29. Кулагина Е. В. Технологии рекреации и анимации: учеб. пособие. Омск: Издательство ОмГТУ, 2017. 96 с.
30. Лунева Е. А. Современные маркетинговые технологии: учеб. пособие. Омск: Издательство ОмГТУ, 2017. 112 с.
31. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. М.: Дашков и К°, 2018. 446 с.
32. Маркетинг в туристской индустрии: учеб. пособие / под ред. Ю. П. Кожаева. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 303 с.
33. Меньшиков А. Разработка маркетинговой стратегии фестивального проекта // Служба PR. 2015. № 2. С.25.
34. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: Академия, 2015.
35. Национальный туристический рейтинг-2018. URL: <http://russia-rating.ru/info/14699.html> (дата обращения: 22.03.2019).
36. Развитие фестивального движения // Журнал «Арт-менеджер». 2015. № 2. С. 5.
37. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга. М.: Юнити-

Дана, 2016. 312 с.

38. Событийный маркетинг. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/special_events.htm (дата обращения: 22.03.2019).

39. Событийный туризм. URL: <http://sokolov33.ru/index.php/doki/18-vidy-turizma/80-sobytijnyj> 71 (дата обращения: 19.03.2019).

40. Стали известны имена лауреатов Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards 2018. URL: <http://rea-awards.ru/news/stali-izvestny-imena-laureatov-nacionalnoj-premii-v-oblasti-sobytijnogo-turizma-russian-event-awards-2018/> (дата обращения: 22.03.2019).

41. Статистический ежегодник. Белгородская область. 2018: стат. сб. / Федер. служба гос. статистики, Территор. орган федер. службы гос. статистики по Белгор. обл. Белгород: Изд-во Белгор. облкомстата, 2018. 580 с.

42. Сулова И. А. Событийный туризм: тенденции регионального развития // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 94-104.

43. Сухов Р. И. Организация туристской деятельности: учебник. Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. 267 с.

44. Тросби Д. Экономика и культура. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. 257 с.

45. Уокер Д. Введение в гостеприимство: учеб. пособие. М.: Юнити-Дана, 2015. 735 с.

46. Хайретдинова Н. Э. Организация экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие. Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. 176 с.

47. Хайретдинова О. А. Организация досуга туристов: учеб. пособие. Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. 55 с.

48. Хайретдинова О. А. Технология и организация туроператорской деятельности: учеб. пособие. Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. 107 с.

49. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. М.: КноРус, 2016. 436 с.

50. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. М.: ИКЦ «МарТ», 2015. 352 с.

51. Шумович А. Великолепные мероприятия. URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=99594> (дата обращения: 22.04.2019).

52. Edmonson G. The beauty of global branding // Business Week. 2015. № 11. P. 70-75.

53. Smith V. Hosts and Guests / University of Pennsylvania Press. Philadelphia, 2017.

Приложения