

УДК 379.85

А. Ю. Кононов¹

К. А. Прудникова²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия

Комплексная оценка организации ярмарочных мероприятий во Владивостоке

В статье проведен анализ ярмарочных мероприятий в контексте развития событийного туризма в городе Владивостоке. Цель работы состоит в комплексной оценке организации ярмарочных мероприятий в контексте развития туризма в столице Приморского края. Для достижения поставленной цели были определены и решены конкретные задачи. Рассмотрена специфика ярмарочных мероприятий как городского события. Ярмарочные мероприятия были изучены с точки зрения их возможностей для привлечения туристов. Заключительной задачей стала оценка организации ярмарочных мероприятий в городе Владивостоке (в контексте развития туризма). Исследование теоретических аспектов проводилось с помощью таких методов научного познания, как индукция и дедукция, абстрагирование и конкретизация, метод сравнения, а также методы актуализации, системного анализа, классификации, статистического анализа. Для решения поставленных задач был применен логический метод. В работе исследована специфика событийного туризма, систематизированы теоретические подходы к рассмотрению понятий «событийный туризм» и «ярмарка», категоризированы факторы влияния ярмарок на социально-культурное и экономическое развитие дестинации. Практическая значимость работы состоит в последовательном и детальном анализе опыта организации ярмарочных мероприятий в городе Владивостоке.

Ключевые слова и словосочетания: туризм; событие; ярмарка; событийный туризм; Приморский край; дестинация.

¹ Кононов Артем Юрьевич – канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии; e-mail: artem.kononov@vvsu

² Прудникова Кристина Андреевна – студент кафедры туризма и экологии; e-mail: artem.kononov@vvsu

A.Yu. Kononov

K.A. Prudnikova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Comprehensive assessment of the organization of fair events in Vladivostok

The article analyzes the fair events in the context of the development of event tourism in the city of Vladivostok. The purpose of this work is to provide a comprehensive assessment of the organization of fair events in the city of Vladivostok (in the context of tourism development). To achieve this goal, certain tasks were defined and solved. The specifics of fair events as a city event were considered. Fair events were also examined in terms of their potential to attract tourists. The final task was to evaluate the organization of fair events in the city of Vladivostok (in the context of tourism development). The study of theoretical aspects was carried out using such methods of scientific knowledge as induction and deduction, abstraction and concretization, and the method of comparison. The work also uses methods of actualization, system analysis, classification, and statistical analysis. A method of logical analysis was used to solve the aforementioned tasks. The paper examines the specifics of event tourism, systematizes theoretical approaches to the consideration of the concepts of "event tourism" and "fair", categorizes the factors of influence of fairs on the socio-cultural and economic development of the destination. The practical significance of the work lies in a consistent and detailed analysis of the experience of organizing fair events in Vladivostok.

Keywords: tourism, event, fair, event tourism, Primorsky region, destination.

Введение

Ярмарочные мероприятия являются одной из составляющих такого понятия, как «событийный туризм», другими словами, туристской деятельности, связанной с организацией и проведением различного рода значимых событий, демонстрацией природных явлений, которые привлекают своей аутентичностью. Отличительной чертой в этом контексте могут выступать культурные или национальные традиции города, а также проводимые общественно значимые мероприятия. Среди них такие события, как Восточный экономический форум, кинофестиваль «Меридианы Тихого», «День тигра». К ним же можно отнести ярмарки, которые проходят как в рамках перечисленных выше мероприятий или проводятся самостоятельно и становятся традиционным событием, ассоциирующимся с городом Владивостоком и Приморским краем.

При этом организация ярмарочных мероприятий положительно сказывается на предпринимательской активности населения – местных мастеров, которые изготавливают уникальную продукцию: от сувениров, магнитов и значков до одежды, натуральной косметики, полезных сладостей и чайных сборов. Вместе с тем ярмарки – один из немногих доступных путей реализации производимой продукции для таких категорий участников, как молодые предприниматели и маломобильные граждане.

Актуальность рассматриваемой проблемы, ее практическая значимость определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задач.

Цель научно-исследовательской работы – дать комплексную оценку организации ярмарочных мероприятий в городе Владивостоке (в контексте развития туризма). Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- рассмотреть специфику ярмарочных мероприятий как городского события;
- исследовать ярмарочные мероприятия с точки зрения фактора привлечения туристов;
- оценить организацию ярмарочных мероприятий.

Предмет, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция.

Событие – важнейший мотивирующий фактор туризма. В значительной степени потребность личного присутствия и соучастия мотивирует туристов к совершению поездки.

Непосредственно термин «событийный туризм» достаточно современный. На данный момент в отечественной литературе существует множество трактовок этого понятия: с одной стороны, они имеют общие черты, с другой – в некоторой степени дополняют друг друга (табл. 1).

Таблица 1

Определения термина «событийный туризм»

Определение термина «событийный туризм»	Авторы
«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран»	Е.А. Лакомов [1]
«Перспективный вид туризма, развивающийся в России, в основе которого определенное событие: культурное, политическое и т.д.»	Ю.А. Киреева [2]
«Новая разновидность туризма, в которой основная цель поездки приурочена к какому-либо событию или редкому природному явлению»	Е. Пастухова [3]
«Вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям»	А.В. Зарванская, В.А. Чернобровкин [4]
«Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием»	Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова [5]

Очевидно, что различия трактовок могут быть связаны как с отмеченной выше непродолжительностью срока изучения данного феномена, так и с его многогранностью, ведь событийный блок включает в себя мероприятия культурного, спортивного, этнографического, делового плана.

Ярмарки появились как событийные мероприятия рыночного характера: это кратковременное выставочное мероприятие, проведение которого способствует продвижению товара (услуги) и ведет за собой заключение торговых сделок.

Стоит отметить, что ярмарки имеют много общего с выставками, и зачастую данные понятия не разделяются. В распоряжении Правительства РФ от 10 июля 2014 г. № 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ и плане мероприятий по реализации Концепции» также используются формулировки «выставка-ярмарка» и «выставочно-ярмарочные мероприятия» [6]. В результате, понятие «выставка (ярмарка)», представленное в Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации от 10 июля 2014 года, трактуется как «...предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества», а понятие «выставочно-ярмарочная деятельность» – как «предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества».

С другой стороны, ряд авторов отмечают различия в этимологии этих слов: под ярмаркой понимается место купли-продажи, в то время как выставка – это исключительно демонстрация.

При этом ярмарка как ресурс событийного туризма имеет ряд отличительных особенностей (рис. 1).

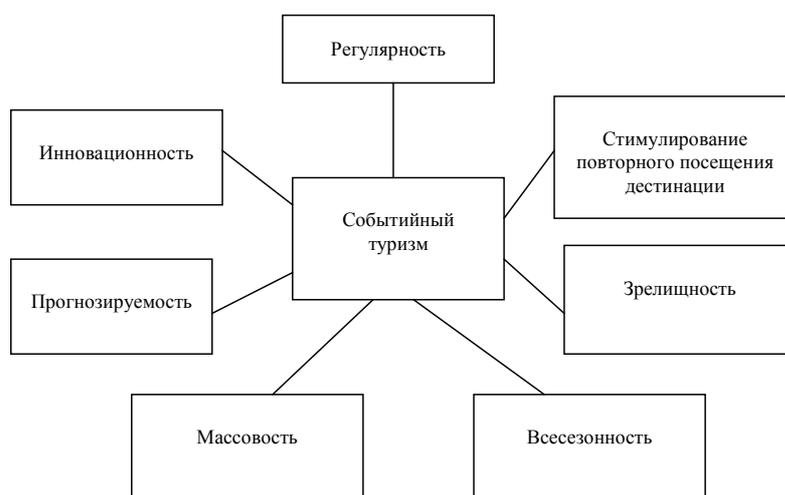


Рис. 1. Характеристики ярмарок как направления событийного туризма

В частности, одной из положительных черт ярмарки в контексте развития туризма является всесезонность. Во многих дестинациях для «балансировки» турпотоков в «низкий» сезон организуются различного рода мероприятия для привлечения туристов (в частности, ярмарка в рамках «Венецианского карнавала», проводимого в конце января, «Рождественские ярмарки» в Германии).

В свою очередь, в период проведения событийных мероприятий в связи с большим наплывом туристов и других заинтересованных в проведении мероприятия лиц активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии,

а именно: средств размещения; предприятий общественного питания; объектов индустрии развлечений: ночных клубов, баров, казино, театров, кинотеатров, парков развлечений и др.; объектов туристского показа: музеев, зоопарков, национальных парков и др.

Важно понимать, что ярмарки как событийные мероприятия объединяют интересы разных целевых аудиторий. Кроме того, ярмарки как события нужны для развития туристского потенциала территории, ограниченной располагаемыми уникальными туристскими ресурсами. Творческие ярмарки, в свою очередь, являются одной из составляющей брендинга города или региона. Данный факт можно объяснить тем, что ярмарки позволяют малым предпринимателям выставить на продажу свою, зачастую уникальную продукцию с символикой города и другими отличительными особенностями региона.

В целом выставки и ярмарки в туристическом бизнесе обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Поэтому они актуальны не только для самих компаний, но и для своего региона и страны.

Методы исследования. Исследование проводилось с помощью таких методов научного познания, как индукция и дедукция, абстрагирование и конкретизация, метод сравнения. В работе также использованы методы актуализации, системного анализа, классификации, статистического анализа, логический метод.

Основная часть. Владивосток, как и Приморский край в целом, достаточно привлекательная туристская дестинация. Следует отметить, что в пределах радиуса 1000 километров (что соответствует одночасовой авиатранспортной доступности) от г. Владивостока расположены населенные пункты южной зоны Дальневосточного федерального округа, в которых проживают около 70% населения Дальнего Востока, а также многие города-миллионники стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

В радиусе 2000 и 3000 км от Владивостока находятся самые емкие и самые динамичные мировые рынки производства и потребления. Так, на территории в радиусе 2000 км проживают более 1 млрд человек, генерирующих совокупный ВВП, превышающий 14 трлн долларов США; 3000 км – почти 1,5 млрд человек, генерирующих совокупный годовой ВВП, превышающий 17 трлн долларов США. В результате в контексте туризма можно выделить следующие основные потребительские сегменты (табл. 2).

Таблица 2

Основные целевые группы

Целевая группа	Характеристика
<i>Внутренний</i>	
Местный	Краткосрочность, семейные пары
Региональный	Сезонность, широкая география туристов
Внутрироссийский	Определенные календарные сроки (мероприятия)

Целевая группа	Характеристика
<i>Въездной</i>	
КНР	Высокие расходы, многочисленность групп, региональные отличия
Япония	Дисциплинированность, любознательность, весьма чувствительны к вопросам безопасности и санитарии
Республика Корея	Технологичность, преимущественно не владеют английским языком
Европа	Не выбирают комплексные туры; путешествуют парами

Соответствующим образом можно представить потребительский радар туристских предпочтений в данном контексте (табл. 3).

Таблица 3

Потребительский радар туристских предпочтений

Радар/Уровни (км)	Вид туризма
До 1000	Пляжный, медицинский, спортивный, молодежный
До 2000	Экологический, гастрономический
До 3000	Событийный, культурно-познавательный, деловой

Обращает на себя внимание тот факт, что именно событийный туризм является одним из наиболее распространенных (как по критерию спроса, так и по критерию географического охвата) видов туризма. При этом в г. Владивостоке и в Приморском крае проходит большое количество различных событийных мероприятий, что положительно сказывается на туристском потоке. Для того чтобы дать более глубокую оценку организации городских ярмарочных мероприятий как ресурсу туризма, необходимо рассмотреть мероприятия, в рамках которых на данный момент они проводятся. Неполный список некоторых из основных событийных мероприятий международного, федерального и регионального уровней приведен в табл. 4.

Всего в рамках нашего исследования во Владивостоке было выделено 31 крупное мероприятие. К.В. Шестаков, с 2014 по 2019 г. директор департамента туризма Приморского края, уже в статусе врио вице-губернатора Приморья в декабре 2019 г. отметил, что при проведении подобного рода крупных событийных мероприятий средний прирост туристского потока в регион составляет примерно 30% [7]. При этом в рамках каждого из них может быть проведена ярмарка, позволяющая в еще большей степени охватить туристов и местных жителей, повысить их вовлеченность. В настоящее время по нашим подсчетам ярмарка проводится в 38,9% отмеченных мероприятий.

Ежегодные мероприятия, проводимые в городе Владивостоке

Наименование	Описание	Площадка	Ярмарка
«Pacific style week»	Неделя моды	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, киноконцертный комплекс Андеграунд	-
«Ночь библиотек»	Ежегодный фестиваль чтения	Библиотеки и кинотеатры	-
«Дальневосточная весна»	Фестиваль классической музыки	Приморская краевая филармония	-
«Vladivostok boat show»	Выставка катеров и яхт	Яхт-клуб «Семь футов»	-
«Тихоокеанский туристский форум»	Объединение российских и зарубежных экспертов в сфере туризма	Дальневосточный федеральный университет	+
«Ночь музеев»	Посещение музеев в ночное время	Музеи в центре Владивостока	+
«Забег»	Уникальный всероссийский полумарафон	о. Русский, Центральная площадь	-
«Медиасаммит»	Отраслевая конференция специалистов в области СМИ	Дальневосточный федеральный университет	+
«V-го хро»	Открытый фестиваль культуры	ЦСИ «Заря», Мумий Тролль Music Bar, Центральная площадь	+
«Меридианы Тихого»	Международный кинофестиваль стран Азиатско-Тихоокеанского региона	Кинотеатр «Океан»	+
«Восточный экономический форум»	Проводится в целях содействия развитию экономики Дальнего Востока	Дальневосточный федеральный университет	-
Фестиваль «Владивостокская крепость»	Популяризация и сохранение историко-культурного наследия фортификационных объектов Владивостокской крепости, пропаганда патриотизма	Владивосток, ул. Лесная, 45, Форт №7	+
«NAUKA 0+»	Фестиваль науки	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса	-
«International Jazz Festival»	Международный фестиваль джазовой музыки	Приморская краевая филармония	-

Праздники городского, краевого и международного масштаба, проводимые на площадках центральных улиц (табл. 5), сопровождаются различными развлекательными программами, концертами, в том числе и ярмарочными мероприятиями, и привлекают большое количество горожан и туристов.

Таблица 5

Ежегодные праздники, проводимые во Владивостоке

Наименование	Описание	Площадка	Ярмарка
Масленица	Восточнославянский традиционный праздник	Центральная площадь, спортивная набережная	-
Международный женский день	Международный женский день	Центральная площадь, спортивная набережная	+
1 Мая	Праздник Весны и Труда	Центральная площадь, спортивная набережная	-
День защиты детей	Ежегодный праздник	Спортивная набережная	+
День молодежи	Ежегодный праздник	Центральная площадь, спортивная набережная	+
День города	День рождения города Владивостока	Центральная площадь	+
День рыбака	Важный праздник морского города	Центральная площадь, спортивная набережная	+
День ВМФ	День военно-морского флота	Спортивная набережная, центральная площадь, водная станция ТОФ и др.	-
День Тигра	Праздник с целью привлечения внимания к проблеме сохранения амурского тигра	Центральная площадь, спортивная набережная	+
День образования Приморского края	День образования Приморского края	Центральная площадь, спортивная набережная	-
Новый год	Празднование Нового года	Центральная площадь	-

Таким образом, по нашим подсчетам, праздники городского, краевого и международного масштаба в 54,5% случаев сопровождаются ярмарками.

Поддерживать ярмарками стоит и менее масштабные, новые мероприятия, которые только начинают свою деятельность. Например, значительные перспективы имеют гастрономические фестивали, позволяющие попробовать дальневосточные и таёжные деликатесы, блюда из мяса в оригинальных исполнениях от местных ресторанов. Данные мероприятия появились на территории города Владивостока не так давно, но уже стали популярным событием среди горожан и туристов, а число гастрономических фестивалей увеличивается с каждым годом.

В таблице 6 приведены гастрономические фестивали, в рамках которых могут быть предусмотрены ярмарки. Как правило, такие гастрономические фести-

вали проводятся в пределах групп предприятий общественного питания. Именно поэтому мы можем наблюдать, что на данный момент ярмарки не включены в программу гастрономических фестивалей.

Таблица 6

Ежегодные гастрономические фестивали в хронологическом порядке

Наименование	Описание	Площадка	Проведение ярмарки
«Мидия Саммит»	Фестиваль мидий	Рестораны Владивостока, площадка яхт-клуба «7 футов»	–
Международный фестиваль шашлыка	Фестиваль шашлыка	Грузинский дом «Супра»	–
«На гребне!»	Фестиваль гребешка	Рестораны Владивостока	–
«О, да! Еда!»	Гастрономический фестиваль	Водная станция ТОФ	–
Фестиваль тайги «Taigafest»	Гастрономический фестиваль, в рамках которого возможно отведать дикое мясо, речную рыбу и дикоросы	Рестораны Владивостока	–
Фестиваль кальмара	Фестиваль кальмара	Рестораны Владивостока	–
«Держи краба!»	Ежегодный фестиваль камчатского живого краба	Рестораны Владивостока	–
День народного самовара	Чаепитие из самовара в русских народных традициях	База отдыха «Рублино»	–
Городской фестиваль «Мясная лихорадка»	Подача блюд из мяса в ресторанах города	Рестораны Владивостока	–
Фестиваль корюшки	Рестораны Владивостока предлагают гостям жареную корюшку	Рестораны Владивостока	–

В данном контексте целесообразно отметить, что организация и проведение ярмарок на региональном уровне регулируются постановлением администрации Приморского края от 29 сентября 2017 года № 390-па «Об утверждении порядка организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Приморского края и требований к организации продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Приморского края». Постановление предъявляет определенные требования к процедуре организации и ярмарочным площадкам. В данном случае полезным может быть опыт Москвы, где для организации ярмарки было отменено требование принятия индивидуальных решений Правительства Москвы, а за организа-

торами оставили обязательство предоставлять заявку в Департамент торговли и услуг города, которая должна быть рассмотрена в течение пяти дней.

В Приморском крае, когда ярмарки организуются органами государственной власти или органами местного самоуправления, решение о проведении ярмарки по-прежнему оформляется правовым актом уполномоченного органа. В случае, когда организатором ярмарки выступает юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, решение о выдаче разрешения на проведение ярмарки или об отказе в выдаче такового на проведение ярмарки принимается в форме правового акта уполномоченного органа в срок не более 30 дней со дня поступления заявления [8].

На данном этапе с учетом отмеченной специфики во Владивостоке основными организаторами ярмарочных мероприятий являются следующие организации (табл. 7).

Таблица 7

Характеристика существующих организаторов ярмарок во Владивостоке

Наименование организации	Кол-во проведенных мероприятий	Сопровождение	Основная целевая аудитория
Администрация города Владивостока «Сельскохозяйственная ярмарка на центральной площади»	Больше 20 мероприятий за 2019 год	-	Местное население
«CREATIVESPOT»	59 с даты создания проекта	Фуд-корт Живая музыка Фотозоны Мастер-классы и др.	Местное население, туристы
«Vlad event»	Более 20 городских событий с ярмарками	Мастер-классы, концертная программа и др.	Местное население
«АРТ-маркет»	13 мероприятий с даты создания проекта	Фуд-корт Живая музыка Фотозоны Мастер-классы и др.	Местное население, туристы
«Lion Media Group»	6 организованных ярмарок	Фотозоны, фудзоны	Местное население, туристы
«Мандарин-маркет»	С 2016 года – ежегодная ярмарка в канун Нового года	Мастер-классы, лекции, онлайн освещение	Местное население

Из полученных данных мы видим, что в большем случае ярмарка – это не просто продажа товаров, а мероприятие, имеющее наполнение в виде мастер-классов, фуд-зоны и концертной программы, что способно привлечь внимание местных жителей и туристов.

Среди жителей города Владивостока наиболее популярна сельскохозяйственная ярмарка на центральной площади. На ярмарке всегда можно приобрести свежие ягоды, мёд, овощи, выпечку, фрукты, мясную и молочную продукцию, рыбу и многое другое. Контроль качества продукции осуществляют ветеринарная служба и Владивостокская ветеринарная станция по борьбе с болезнями животных. Специалисты этих ведомств выходят на контроль и осуществляют систематические проверки документов на продукцию.

Праздники, которые сопровождались ярмарками от «CREATIVESPOT», представлены в табл. 8.

Таблица 8

Праздники и мероприятия с участием «CREATIVESPOT»

Год	Мероприятие	Краткое описание
2014	День молодежи	Праздник, посвящённый молодежи
2015	День молодежи	Праздник, посвящённый молодежи
	Медиасаммит	Отраслевая конференция специалистов в области СМИ
2016	Медиасаммит	Отраслевая конференция специалистов в области СМИ
	V-ROX	Открытый фестиваль культуры
	День города	День рождения города Владивостока
	Международный женский день	Международный женский день
2017	V-ROX	Открытый фестиваль культуры
2019	День тигра	Праздник, цель которого – привлечение внимания к проблеме сохранения амурского тигра

Таким образом, ярмарки «CREATIVESPOT» характеризуются большей масштабностью и охватывают значительное количество жителей и гостей города за счёт проведения ярмарок во время городских праздников и мероприятий.

Компания «Vlad event» является организатором городских событий и выставок более 15 лет. Ярмарками сопровождаются такие праздники, как «Широкая масленица» и «Школьная ярмарка «Kinder market», ярмарки на площадке торгово-развлекательного центра «Черёмушки» и многие другие мероприятия.

«АРТ-маркет» – проект Али Васильцевой. Первая масштабная ярмарка состоялась в конце 2018 года. «АРТ-маркет» сопровождает такие мероприятия, как «Pacific meridian» и «Медиасаммит», организует совместные мероприятия с площадкой «Старый дворик ГУМа» [9] с привлечением живой музыки, мастер-классов, интерактивных площадок, фотозон и стрит-фуда.

Агентство интегрированных коммуникаций Lion Media Group («LMG») было основано в 2013 году. «LMG» является организатором собственных мероприятий, таких, как ежегодная «Ярмарка путешествий» (с 2015 г.), приуроченная

к Всемирному дню туризма [10]; ярмарка «Новогодние сказки» (проводилась с 22 декабря 2018 г. по 8 января 2019 г.). В рамках мероприятия была построена новогодняя деревушка, разделенная на три улицы: «Улица Пихтовая», «Улица Дальневосточная», «Улица Новогодняя». Каждая улица представляла различные направления в еде, подарках, фотозонах. Гости могли погулять, купить подарки, интересные вещи, продукты к праздничному столу и отведать вкусные блюда. Для детей был возведен каток с новогодней елкой.

Проект «Мандарин-маркет» позиционирует себя как «онлайн-ярмарка», однако в канун Нового года проводит ярмарки подарков для жителей и гостей города Владивостока. Миссия проекта – продвижение товаров (украшения, домашний декор, игрушки, посуда, одежда, открытки, аксессуары и др.) интересных приморских брендов и повышение их конкурентоспособности на рынке.

Таким образом, в ходе работы была предложена авторская систематизация понятий «событийный туризм» и «ярмарка». Выделены отличительные особенности ярмарки как ресурса событийного туризма: всесезонность, массовость, прогнозируемость, инновационность, регулярность, зрелищность, стимулирование повторного посещения дестинации. Выявлены основные потребительские сегменты в контексте развития туризма во Владивостоке (местный, региональный, внутрисоссийский, иностранный), а также их отличительные особенности. Был представлен потребительский радар туристских предпочтений в данном контексте, на котором было определено место событийного туризма. Отмечено, что именно событийный туризм является одним из наиболее востребованных видов туризма на всех рассматриваемых уровнях. В рамках анализа соответствия спроса и предложения систематизирован календарь наиболее значимых событийных мероприятий. Во Владивостоке ежегодно проходит 31 значимое мероприятие федерального масштаба, интересное для туристов, при проведении которых средний прирост туристского потока в регион составляет около 30%. Сделан вывод о том, что каждое из подобного рода событийных мероприятий может сопровождаться ярмаркой, потенциально увеличивающей интерес туристов и местных жителей. В настоящее время ярмарки охватывают 38,9% крупных городских событийных мероприятий; 54,5% праздников городского, краевого и международного масштаба. Значительные перспективы в этом отношении имеют гастрономические фестивали, которые, как правило, проводятся в пределах групп предприятий общественного питания и пока не включены в программу гастрономических фестивалей. Отмечено, что подобного рода результаты могут объясняться относительной жесткостью основного регионального нормативного акта, регулирующего порядок организации и проведения ярмарок на территории Приморского края. Детальный анализ данного вопроса, а также углубленное изучение потребительского поведения в контексте организации и проведения ярмарок как ресурса развития туризма должны стать темой дальнейшего изучения.

1. Лакомов Е. А. Классификация видов событийного туризма // Вестник Университета МГУ. 2015. №3. С. 3–15.

2. Киреева Ю. А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке // Научный вестник МГИИТ. 2015. № 6. С. 16–21.
3. Пастухова Е. В. Семь фактов о событийном туризме // Азбука туриста. 2016. №10. С. 119–127.
4. Зарванская А. В. Событийный туризм как динамично развивающееся направление в современных условиях. – Текст: электронный // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/3214.pdf> (дата обращения: 14.02.2020).
5. Долженко Г. П., Шмыткова А. В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России. – Текст: электронный // Известия вузов. Северокавказский регион. Общественные науки. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-v-zapadnoy-evrope-i-vozmozhnosti-ego-razvitiya-v-rossii/viewer> (дата обращения: 14.02.2020).
6. Распоряжение Правительства РФ от 10 июля 2014 г. № 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ». – Текст: электронный // Информационно-правовой портал Гарант.ру: [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596/> (дата обращения: 14.02.2020).
7. Мероприятия Приморья претендуют на звание лучших событий России – 2020. – Текст: электронный // Официальный сайт администрации Приморского края: [сайт]. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/176054/> (дата обращения: 14.02.2020).
8. Постановление администрации Приморского края от 29 сентября 2017 года № 390-30 па «Об утверждении порядка организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Приморского края и требований к организации продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Приморского края». – Текст: электронный // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/450358515> (дата обращения: 14.02.2020).
9. АРТ-маркет. – Текст: электронный // Официальная страница организатора творческих ярмарок «АРТ-маркет»: [сайт]. – URL: <https://vk.com/artmarketvl> (дата обращения: 14.02.2020).
10. Об агентстве. – Текст: электронный // Lion Media Group: [сайт]. – URL: <http://img.group/ob-agenstve/> (дата обращения: 14.02.2020).
11. О проекте. – Текст: электронный // Мандарин-маркет: [сайт]. – URL: <https://mandarinmarket.ru/o-kompanii/> (дата обращения: 14.02.2020).

Транслитерация

1. Lakomov E. A. Klassifikaciya vidov sobytijnogo turizma // Vestnik Universiteta MGU. 2015. №3. P. 3–15.
2. Kireeva Yu.A. Sobytijnyj turizm kak novoe napravlenie na sovremennom turistskom rynke // Nauchnyj vestnik MGIIT. 2015. № 6. P. 16–21.
3. Pastuhova E. V. Sem' faktov o sobytijnom turizme // Azbuka turista. 2016. №10. P. 119–127.
4. Zarvanskaya A. V. Sobytijnyj turizm kak dinamichno razvivayushcheesya napravlenie v sovremennyh usloviyah. – Tekst: elektronnyj // Materialy V Mezhdunarodnoj studencheskoj elektronnoj nauchnoj konferencii. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/3214.pdf> (data obrashcheniya: 14.02.2020).
5. Dolzhenko G. P., Shmytkova A. V. Sobytijnyj turizm v Zapadnoj Evrope i vozmozhnosti ego razvitiya v Rossii. – Tekst: elektronnyj // Izvestiya vuzov. Severokavkazskij region. Obshchestvennyye nauki. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-v-zapadnoy-evrope-i-vozmozhnosti-ego-razvitiya-v-rossii/viewer> (data obrashcheniya: 14.02.2020).

6. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 10 iyulya 2014 g. № 1273-r «O Konceptii razvitiya vystavochno-yarmarochnoj i kongressnoj deyatel'nosti v RF». – Tekst: elektronnyj // Informacionno-pravovoj portal Garant.ru: [sajt]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596/> (data obrashcheniya: 14.02.2020).
7. Meropriyatiya Primor'ya pretenduyut na zvanie luchshih sobytij Rossii – 2020. – Tekst: elektronnyj // Oficial'nyj sayt administracii Primorskogo kraja: [sajt]. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/176054/> (data obrashcheniya: 14.02.2020).
8. Postanovlenie administracii Primorskogo kraja ot 29 sentyabrya 2017 goda № 390-30 pa «Ob utverzhdenii poryadka organizacii yarmarok i prodazhi tovarov (vypolneniya rabot, okazaniya uslug) na yarmarkah na territorii Primorskogo kraja i trebovanij k organizacii prodazhi tovarov (vypolneniya rabot, okazaniya uslug) na yarmarkah na territorii Primorskogo kraja». – Tekst: elektronnyj // Elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy dokumentacii: [sajt]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/450358515> (data obrashcheniya: 14.02.2020).
9. ART-market. – Tekst: elektronnyj // Oficial'naya stranica organizatora tvorcheskih yarmarok «ART-market»: [sajt]. – URL: <https://vk.com/artmarketv1> (data obrashcheniya 14.02.2020).
10. Ob agentstve. – Tekst: elektronnyj // Lion Media Group: [sajt]. URL: <http://lmg.group/ob-agentstve/> (data obrashcheniya: 14.02.2020).
11. O proekte. – Tekst: elektronnyj // Mandarin-market: [sajt]. – URL: <https://mandarinmarket.ru/o-kompanii/> (data obrashcheniya: 14.02.2020).

© А. Ю. Кононов, 2020

© К. А. Прудникова, 2020

Для цитирования: Кононов А.Ю., Прудникова К.А. Комплексная оценка организации ярмарочных мероприятий во Владивостоке // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2020. Т. 12, № 1. С. 62–75.

For citation: Kononov A.Yu., Prudnikova K.A. Comprehensive assessment of the organization of fair events in Vladivostok, *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2020, Vol. 12, № 1, pp. 62–75.

DOI dx.doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2020-1/062-075

Дата поступления: 18.02.2020.