

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Зам. зав. кафедрой  
\_\_\_\_\_ Е.А. Царевская  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Событийный туризм в регионе: формирование нового предложения

Исполнитель  
студент группы 334-сб \_\_\_\_\_ Е.А. Щербакова

Руководитель  
ст. преподаватель \_\_\_\_\_ Е.А. Царевская

Нормоконтроль \_\_\_\_\_ О.В. Шпак

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зам. зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.А. Царевская

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**З А Д А Н И Е**

К бакалаврской работе (проекту) студента

1. Тема бакалаврской работы  
(проекта) \_\_\_\_\_

(утверждено приказом от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов): \_\_\_\_\_

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) \_\_\_\_\_

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель бакалаврской работы (проекта) \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 80 страниц, 17 таблиц, 13 рисунков, 38 источников, 1 приложение.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ, СПЕЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, СОРЕВНОВАНИЯ, МЕРОПРИЯТИЯ, ШОУ, АВТОМОБИЛЬНЫЙ СПОРТ, МЕЖДУНАРОДНЫЕ СОСТЯЗАНИЯ, ИНФРАСТРУКТУРА, ТУРПРОДУКТ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ.

Туризм сегодня - один из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Туризм является мощным катализатором региональной экономики, отраслью с высокой скоростью оборота капитала, окупаемостью и рентабельностью инвестиций. Одним из новых интересных направлений туризма по праву считается событийный туризм, предполагающий посещение определенного мероприятия, проводимого на уровне региона, страны или на международном уровне. Все больше и больше путешественников проявляют интерес к подобным турам и предпочитают их простым пляжным или экскурсионным турам.

Учитывая актуальность такого направления, были изучены сильные и слабые стороны, проведены исследования по изучению спроса и предложения на уровне отдельно взятого региона и сформирован демонстрационный туристический продукт «Ледовое Шоу», связывающий соревнования по автомобильному спорту со сферой событийного туризма.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты событийного туризма	7
1.1 Событийный туризм: понятие, виды и формы	7
1.2 Спортивно-событийный туризм как перспективный вид развития сферы туризма	17
1.3 Событийный туризм в мире: центры и преимущества его развития	23
2 Событийный туризм в Курской области: современное состояние и проблемы развития	28
2.1 Событийный туризм в России: текущее состояние и направления развития	28
2.2 Современное состояние событийного туризма в Курской области	37
2.3 Анализ спроса и предложения на рынке событийного туризма в Курской области	46
3 Разработка и экономическое основание нового предложения для туристов в сфере событийного туризма в Курской области	55
3.1 Разработка событийного тура «Ледовое шоу»	55
3.2 Экономическое обоснование производства и реализации событийного тура "Ледовое Шоу" в Курской области	64
Заключение	74
Библиографический список	77
Приложение А. Анкета	81

## ВВЕДЕНИЕ

Туристическая деятельность довольно давно рассматривается специалистами в качестве одной из наиболее доходных и интенсивными темпами развивающихся сфер экономической деятельности, занимающих важное место в экономике многих высокоразвитых стран. Благодаря огромному богатству культурно-исторических и природных ресурсов планеты туристическая индустрия имеет огромный потенциал для развития.

В настоящий момент туристический бизнес создает примерно 10% мирового валового национального продукта. Россия, по прогнозам специалистов, имеет все шансы через несколько лет войти в десятку самых популярных направлений мира и стать полноправным участником международного рынка, обладая обширной базой рекреационных и культурно-исторических ресурсов. Во многих странах сфера туризма по праву считается одной из ключевых отраслей внешнеэкономической деятельности, при этом оказывая значительное влияние на развитие строительства, транспортной инфраструктуры, связи, производства и реализации отечественной продукции, здравоохранения, образования, сельского хозяйства, а также обеспечивая дополнительные рабочие места для населения.

Говоря о таком специфическом направлении туризма, как событийный, то есть, направленный на посещение определенного мероприятия в определенное время, следует отметить, что это перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристического рынка, в последние годы уверенно набирающий популярность. Направление это сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Всевозможные национальные праздники, спортивные соревнования, гонки, шоу и карнавалы, деловые ярмарки и выставки, красочные конкурсы красоты и показы мод – все это относится к событийному туризму.

В сравнении с такими видами туризма, как культурно-познавательный, экскурсионный, рекреационный и пр., главная особенность событийных туров –

их уникальность. Музейные экспонаты можно увидеть в любое время, и интерес пропадет уже после первого раза, а подобные туры направлены на посещение уникальных мероприятий, многие из которых проводятся впервые или же 1 раз в 10 лет, причем содержание мероприятий всегда разное.

Согласно исследованиям логики и тенденций развития международного туризма, за последние 5 лет значительно вырос интерес путешественников к культурным и спортивным мероприятиям, как развлекательным, так и деловым. Считается, что такая тенденция сохранится в ближайшие годы.

В системе мирового туристского развития особое и значительное место на сегодняшний день отводится спортивному - событийному туризму, направленному на посещение спортивных соревнований, автомобильных гонок, шоу и выступлений. Во всей системе мирового туризма его доля ежегодно увеличивается на 1,5%. Спортивно-событийный туризм развивает наиболее динамичный и активный элемент производительных сил региона и потому способствует повышению ресурсного потенциала в целом.

Объектом исследования является Курская область, как регион, обладающий возможностями для развития нового направления в событийном туризме.

Предметом исследования выступает анализ возможного развития спортивно-событийного туризма.

Цель бакалаврской работы заключается в разработке и экономическом обосновании нового событийного тура в Курской области. В соответствии с поставленной целью, в работе решаются следующие задачи:

- приведена характеристика событийного туризма, а также спортивно-событийного туризма. Выявлены основные их характеристики, особенности;
- проанализированы тенденции перспективы развития событийного туризма на территории России;
- проведен анализ спроса на рынке событийного туризма в Курской области;

– разработан демонстрационный вариант нового туристического предложения в рамках исследования спортивно-событийного туризма, как одной из форм событийного туризма, определения его рентабельности.

Цели и задачи бакалаврской работы определяют ее структуру.

В первой главе бакалаврской работы рассмотрены теоретические аспекты событийного туризма. Рассматриваются сущность, понятие, виды, характеристики и основные показатели событийного туризма. Рассматриваются направления развития спортивно-событийного туризма.

Во второй главе рассматриваются основные направления развития событийного туризма в территории Российской Федерации, также представлен анализ перспектив развития событийного и спортивно-событийного туризма в Курской области.

В третьей главе представлена программа нового событийного тура «Ледовое шоу», основанного на проводимых в регионе автоспортивных мероприятиях, дается анализ рентабельности реализации подобного туристического продукта.

Практическая значимость: на основе проведенного анализа разработанный вариант туристического продукта может быть использован туристическими фирмами в двух направлениях: непосредственное получение прибыли и развитие нового направления в регионе.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Событийный туризм: понятие, виды и формы

Туризм является одной из важнейших сторон современной экономики, одной из самых прибыльных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Эта сфера направлена на повышения качества жизни населения и удовлетворения потребности людей в отдыхе от трудовой деятельности, получении разнообразных впечатлений и расширении кругозора. Российская Федерация стала полноправным участником международного туристского рынка благодаря огромному разнообразию природных рекреационных ресурсов и предметов культурно-исторической деятельности. По прогнозам Всемирной Туристской Организации Россия к 2020 году войдет в десятку самых популярных направлений мира. Туризм оказывает значительное влияние на развитие транспортной инфраструктуры, связи, строительства, сельского хозяйства и производства отечественных товаров народного потребления.

Одной из наиболее интересных форм туризма является событийный туризм, набирающий большую популярность в последнее время. В мире, изучая такое направление, употребляют термин "event tourism" (от англ. event — событие или специальное мероприятие). В русском языке используются такие понятия, как ивент-туризм или событийный туризм.

Среди зарубежных авторов проблемами событийного туризма занимались Дж. Ритчи, Д. Беливо, Р. Линч, А. Вил, Д. Гетц и другие. Благодаря их исследованиям этот вид туризма выделился в самостоятельную отрасль науки со своим терминологическим аппаратом и начал рассматриваться в качестве отдельного направления. Среди российских исследователей можно выделить нескольких авторов, предложивших свою трактовку событийного туризма (табл.1):

Таблица 1 – Определения понятия "событийный туризм", предлагаемые российскими исследователями

Авторы	Определение
М. Б. Биржаков	«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением» <sup>1</sup> .
.П. Долженко, А.В. Шмыткова	«Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием» <sup>2</sup> .
С.С. Никитина, М.В. Зинченко	«Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара» <sup>3</sup> .
Т.В. Фролова	«Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия» <sup>4</sup> .
О.В. Алексеева	«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации» <sup>5</sup> .
Е.А. Лакомов	«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» <sup>6</sup> .

Таким образом, исходя из данных подходов к определению понятия "событийный туризм", можно сделать вывод, что ввиду недостаточной изученности молодого направления единое определение отсутствует. Однако,

<sup>1</sup> Биржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94—111.

<sup>2</sup> 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. — 2007. — № 6. — С. 116—119.

<sup>3</sup> Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно- практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». — Томск, 5—6 апреля 2012 г. — С. 81—84.

<sup>4</sup> Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm) (дата обращения: 15.01.2017).

<sup>5</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально- экономического развития региона: автореф. дис. канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с.

<sup>6</sup> Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

на основе предложенных формулировок можно сделать вывод, что под событийным туризмом следует понимать вид туризма, направленный на посещение туристами определенного места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения мероприятия. В определении более уместен термин "посещение", а не "поездка", т.к. предполагается посещение мероприятия жителями соседних территорий без использования транспорта общего пользования.

Это направление связано со значимыми на международном, государственном, региональном или областном уровне общественными событиями, проводящимися как на ежегодной или ежемесячной основе, так и впервые. Обычно под такими мероприятиями понимаются те, которые приносят доход и могут считаться ресурсной составляющей их проведения. Этот вид туризма направлен на посещение определенного места в определенное время и с определенной целью.

Так как многие общественные события уже известны на мировом уровне или среди определенных групп людей, это упрощает создание туристического продукта, гораздо сложнее придумать почву для привлечения туристов на абсолютно новое место. Очень часто потребители самостоятельно ищут предложения, касающиеся посещения интересующего их национального фестиваля или спортивного мероприятия. На фоне этого туристическая организация также может предложить многодневные туры, направленные не только на посещение события, но и на знакомство со страной в целом, её культурно-историческим наследием и достопримечательностями. Еще одна особенность состоит в том, что эта сфера ежегодно пополняется новыми событийными турами, которые из случайных нередко переходят в разряд постоянных и даже популярных на региональном, государственном и даже мировом уровне.

Мероприятия событийного туризма имеют колоссальное экономическое значение, в период проведения которых активны все объекты туристической индустрии, а потребительский спрос значительно превышает предложение.

Событийный туризм можно классифицировать по нескольким признакам и выделить следующие его виды (табл.2):

Таблица 2 – Классификация видов событийного туризма

Признак	Вид
По масштабу события	Международный уровень
	Национальный уровень
	Региональный уровень
По тематике события	Национальные фестивали и праздники
	Театрализованные шоу
	Фестивали кино и театра
	Гастрономические фестивали
	Модные показы
	Аукционы
	Фестивали музыки и музыкальные конкурсы
	Спортивные события
По форме проведения	Фестиваль (широкая общественная праздничная встреча, включающая смотр достижений каких-либо видов искусств)
	Ярмарка (периодически устраиваемый съезд торговых и промышленных организаций, направленный на демонстрацию и стимуляцию продаж товара)
	Праздник (проведение торжества в честь или память события/личности)
	Турнир (спортивное соревнование, где все участники имеют между собой по одной встрече)
	Концерт (публичная демонстрация музыкальных/хореографических талантов)
	Конкурс (соревнование, имеющей целью выделить лучших участников)
	Чтения (цикл лекций, докладов в память выдающегося ученого/писателя)
	Форум (массовое собрание, съезд)
	Конгресс (большой съезд по вопросам международного значения)
	Карнавал (Народное празднество с шествиями и маскарадом)

Признак	Вид
По частоте проведения мероприятий	Регулярные (проводятся на постоянной основе с определенной периодичностью)
	Разовые
По тематической наполненности	Исторический тип (в основе лежит определенная памятная дата, иногда проводится реконструкция события)
	Художественно - литературный тип (события, связанные с людьми творческих профессий)
По тематической наполненности	Непредметно-событийный тип (мероприятие посвящено бренду, явлению или предмету)
	Деловой тип (направлен на решение политических, социальных и экономических вопросов)
По функциональной направленности	Познавательный
	Образовательный
	Развлекательный
	Соревновательный
	Коммерческий
	Комбинированный
По возрастным категориям	Детский
	Молодежный
	Взрослый
	Семейный
	Смешанный

Среди всемирно известных национальных фестивалей и праздников можно выделить фестивали Святого Патрика, проводящиеся в Великобритании и Ирландии, фестиваль Культур и парад любви в Германии, парад военных татуировок в Шотландии, празднование дня рождения Наполеона Бонапарта в Корсике.

Самыми известными театрализованными шоу по праву считаются: праздники на льду Romanza и Mystery, проводимые в Германии, танцевальное шоу Lord of the Dance в Великобритании, фестиваль "Цирк будущего", проводимый во Франции.

Одним из популярных направлений считаются фестивали кино и театра, например, фестиваль короткометражных фильмов и театрализованный фестиваль Spierlart в Германии, Каннский фестиваль во Франции, фестиваль

"Вишневый лес", проводимый в России, а также фестиваль оперного искусства в Италии.

Среди гастрономических фестивалей самыми популярными, пожалуй, считаются международный фестиваль пива и Октоберфест в Германии, можно также выделить большой британский фестиваль в Великобритании, фестиваль морепродуктов на острове Гров в Италии, праздник молодого вина и парижской салон шоколада во Франции.

Очень полюбили туристам фестивали и выставки цветов, среди которых регулярно проводятся: фестиваль бонсай, хризантем в Японии, выставка тюльпанов в Нидерландах, выставка цветов в Великобритании.

Среди модных показов наиболее любимыми считаются Milano Moda Voupa, проводимый в Италии, Men's Fashion и Ready to Wear в Париже.

На регулярной основе проводятся также различные аукционы, среди всемирно известных - аукционы Дрюо во Франции, аукционы Сотби и Кристи.

Довольно масштабные и объемные музыкальные мероприятия и конкурсы проводятся во всем мире. Самые известные среди них - фестиваль Capricies в Швейцарии, Ars Musica в Бельгии, "Снег и Симфония" в Швейцарии, фестиваль TDK TIME WARP в Германии, фестиваль поп-музыки Pink Pop, проводимый в Нидерландах, фестиваль джаза в Швейцарии и Швеции, фестиваль музыки и искусств в Великобритании, а также всемирный музыкальный конкурс "Евровидение".

Важную нишу среди всемирно известных событий занимают спортивные мероприятия. Например, автогонки Формула 1 и NASCAR, Ралли Париж-Дакар, Олимпиады и международные состязания, чемпионаты по различным видам спорта, авто- и мотогонки. Стоит также выделить международные технические салоны. Это и авиасалоны по Франции, в КНР и Малайзии, автосалоны в Швейцарии и России, "Салон Часов" в Швейцарии.

Помимо этого, существует классификация событий, предлагаемая профессором Канадского университета Калгари Дональдом Гетцом (табл. 3):

Таблица 3 – Классификация событийного туризма по Гетцу

Признак	Вид
Политические и государственные события	Встречи на высшем уровне, официальные визиты, выборы
События в области образования и науки	Конференции, семинары, научные премии, студенческие олимпиады
События в искусстве и развлекательные события	Концерты, церемонии награждения, выставки, ярмарки, бизнес, торговля
Социальные события	Праздники в стране
Спортивные события и конкурсы	Профессиональные соревнования (олимпиады, чемпионаты), любительские соревнования
Частные события	Свадьбы и другие праздники
Культурные торжества	Фестивали, карнавалы, религиозные события

К основным плюсам событийного туризма можно отнести всесезонность и высокий уровень дохода. Многие страны устраивают торжества независимо от времени года, чтобы повысить количество туристов в "мертвый" сезон. Например, Италия проводит Венецианский карнавал в январе, карнавал "Апельсиновое сражение" в феврале, фестиваль "Основание Рима" в апреле и другие, тем самым привлекает туристов круглогодично, что позволяет развивать экономическую деятельность страны. Еще один плюс событийного туризма - его неисчерпаемость, так как ассортимент постоянно пополняется новыми перспективными направлениями. Для туристических организаций это прежде всего стабильность и регулярность проведения мероприятия, возможность организации туров за долгое время до самого события. Туристы планируют поездки заранее, а представители туристического бизнеса ежесезонно составляют календари событий, соперничают друг с другом в уровне подготовки и насыщенности туров эксклюзивными деталями.

На уровне страны событийный туризм несомненно является мощным толчком к развитию экономики посредством привлечения в регион зарубежных туристов, которые однажды приехали с целью посещения мероприятия, а в последствии решили отдохнуть здесь с семьей, а также посредством развития

сопутствующих инфраструктур, отраслей производства, улучшая качество сферы торговли и услуг, а также обеспечивая все больше населения рабочими местами и повышая квалификацию специалистов.

Таким образом, значимость событийного туризма на уровне всего туристического бизнеса можно отметить нижеследующими факторами:

- развитие туристской инфраструктуры, системы средств размещения, предприятий питания, транспорта;
- минимизация проблем сезонности туризма, загрузка средств размещения в "низкий" сезон;
- возможность создать уникальный туристический продукт, отличный от конкурентов;
- постоянное обновление предложений.

Такой вид туризма также имеет свои отличительные черты. Например, участники событийных туров предъявляют повышенные требования к выбору средств размещения и транспорта, формы питания и квалифицированности гида. Обычно предполагается размещение неподалеку от места проведения мероприятия и удобство перемещения. Это требует дополнительных усилий со стороны "хозяев" - города-приемщика, для создания максимально комфортных условий и для гостей, и для жителей города. Нередки случаи, когда во время приема большого количества гостей дороги общественного пользования были частично перекрыты, что создавало массовые пробки, мусор просто не успевали вывозить, делая это непрерывно, а цены на товары и услуги взлетали до небес, что оставляло неприятное впечатление для гостей и местных жителей. Необходимо заранее рассчитывать масштаб проведения мероприятий и заблаговременно готовиться к встрече туристов во избежание неприятных ситуаций.

В целом, можно составить следующую схему, наглядно демонстрирующую отличительные признаки данного вида туризма (рис.1):

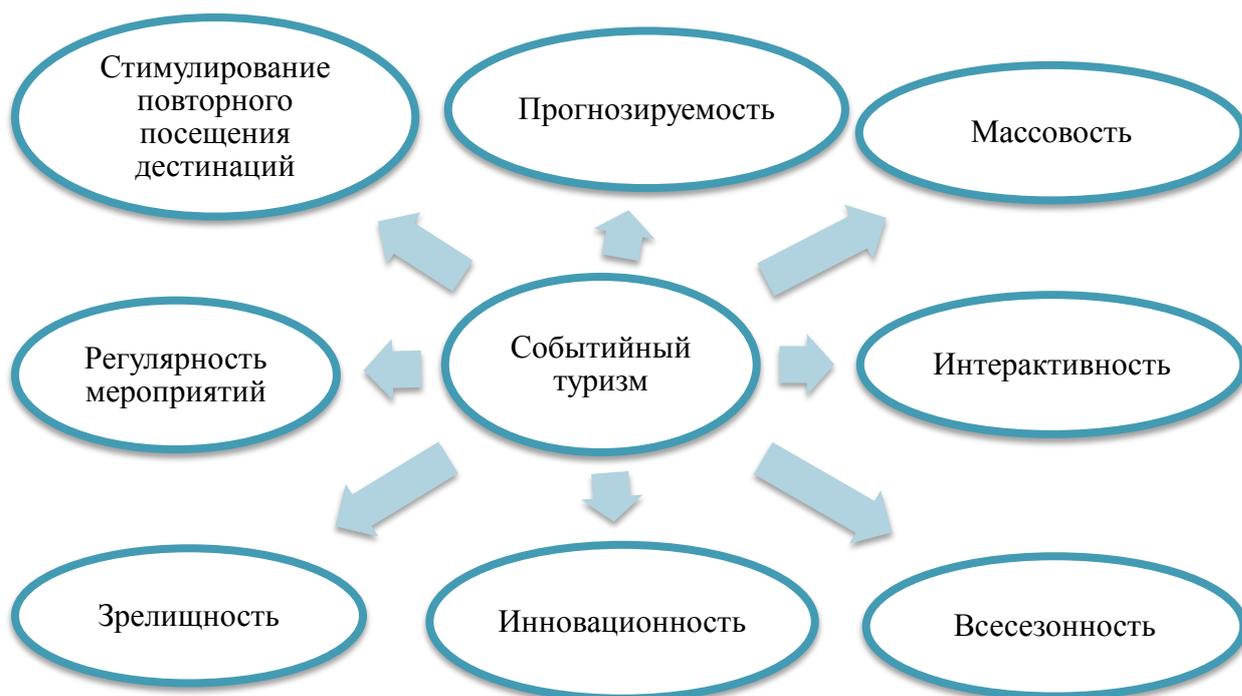


Рисунок 1 – Отличительные черты событийного туризма

Что касается целевой аудитории событийного туризма, по мнению А.В. Бабкина, это "...обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар"<sup>7</sup>. Однако, Бабкин под "событиями" понимает различные показы мод, международные аукционы, соревнования по гольфу и прочие "элитные" мероприятия, доступные для респектабельных людей. Поэтому, учитывая широкое разнообразие событийных туров, очень тяжело с ним согласиться. Ведь существует довольно большое количество мероприятий, на которые предусмотрен свободный вход, или же стоимость билета невысока. На мой взгляд, целевая аудитория событийного туризма в корне меняет характер в зависимости от масштаба и тематики проводимого события. Например, спортивными чемпионатами, автомобильными выставками больше интересуются мужчины, модными показами – женщины, международные выставки и ярмарки делового характера интересуют предпринимателей среднего возраста, на городских праздниках чаще всего

<sup>7</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин – Ростов н/д: Феникс, 2008. – с.121

можно наблюдать присутствие семейных пар и их детей, а на музыкальные фестивали чаще всего съезжается молодежь.

Говоря о спортивных событиях, выделяется отдельное направление, характеризующееся как спортивно-событийный туризм, направленное на посещение туристами ярких и часто неповторимых событий в спортивной жизни. Состязательный зрелищный спорт представляет собой мощный потенциал для становления и развития спортивно-событийной сферы и сопутствующей инфраструктуры, а также для популяризации спорта среди населения.

## **1.2 Спортивно-событийный туризм как перспективный вид развития сферы туризма**

В современном мире спорт становится необходимой частью жизни общества. Все больше и больше детей, подростков, взрослых мужчин и женщин, пожилых людей регулярно занимаются спортом. Среди них вполне закономерно становится все больше и больше поклонников большого спорта, все более широко развивается туризм с целью посещения спортивных соревнований, зрелищ, конгрессов и семинаров спортивной науки.

На стыке культурных и спортивных мероприятий образуется спортивно-событийная сфера, имеющая давние корни и на современном этапе структурно усложнившаяся под влиянием развития индустрии развлечений. Грандиозные спортивные зрелища – основной фактор туристского паломничества, развития и функционирования этой сферы. По своим масштабам и объемам финансирования инфраструктура этой сферы туризма требует повышенного внимания – это не только места для размещения, предприятия общественного питания, но и огромное количество спортивных объектов, требующих колоссальных вложений (стадионы, бассейны, гоночные треки и автодромы, горнолыжные спуски и трассы, тренажерные залы). Помимо этого, активизируется огромное количество предприятий, специализирующихся на

производстве и продаже спортивной одежды и обуви, оборудования и спортивного инвентаря, сувенирной продукции и медикаментов для спортсменов, неизменно наращивая прибыль и популярность.

Таким образом, спортивно-туристическая индустрия несет за собой довольно мощное влияние и на другие смежные сферы экономики страны. Комплексную систему развития спортивно-событийного туризма наглядно иллюстрирует рис.2:



Рисунок 2 – Система спортивно-событийного туризма

Таким образом, спортивно-событийный туризм способствует повышению ресурсного потенциала региона, активизируя наиболее динамичные элементы производительных сил местности. Все эти функции очень тесно связаны между собой, дополняя друг друга и позволяя осуществлять программный, комплексный подход к обслуживанию.

Физкультурно-спортивное мероприятие, по мнению ряда специалистов, - это "состязательная игровая деятельность, участники которой с учетом их

возраста, пола и подготовленности имеют примерно равные возможности добиваться победы в доступных им упражнениях"<sup>8</sup>.

Одним из постановлений Спорткомитета СССР устанавливалось, что массовые спортивные мероприятия включают в себя «спортивные соревнования, показательные выступления и другие спортивные мероприятия, проводимые в присутствии зрителей»<sup>9</sup>. В данном определении показатель массовости спортивного мероприятия связывается с присутствием на нем зрителей, а не большого числа участников.

Толковый словарь спортивных терминов определяет спортивные соревнования как "различные по характеру деятельности, масштабу, целям специально организованные мероприятия, участники которых в ходе неантагонистического соперничества в строго регламентированных условиях борются за первенство, достижение определенного результата, сравнивают свой уровень подготовки в каком-либо виде спорта, спортивной дисциплине"<sup>10</sup>.

С позиции менеджмента спортивное соревнование следует рассматривать как один из видов педагогически сформированной состязательной деятельности, в которой реализуются физические способности соревнующихся спортсменов и удовлетворяются спортивно-зрелищные потребности населения.

В рамках системного подхода спортивное соревнование представляет собой открытую социально-педагогическую систему, основными структурными элементами которой являются, во-первых, педагогически организованная состязательная деятельность соревнующихся спортсменов и команд, во-вторых, деятельность организаторов соревнований и, наконец, потребительская физкультурно-спортивная деятельность зрителей. Последняя представляет собой

---

<sup>8</sup> Вилькин Я. Р., Каневец Т. М. Организация работы по массовой физической культуре и спорту: Учеб. пособие для ин-тов физ. культ.— М.: Физкультура и спорт, 1985.— С.105-137.

<sup>9</sup> Комитет по физической культуре и спорту при совете министров СССР. Положение о мерах по обеспечению общественного порядка и безопасности, а также эвакуации и оповещении участников и зрителей при проведении массовых спортивных мероприятий. приказ от 17 октября 1983 г. N 786

<sup>10</sup> Феликс Сулов, Давид Тышлер. Терминология спорта. Толковый словарь спортивных терминов. СпортАкадемПресс, 2001. С.108-109

один из видов социальной деятельности, в процессе которой людьми воспринимаются эффекты состязательной деятельности соревнующихся и эстетические свойства спортивного соревнования и на этой основе удовлетворяются их зрелищные потребности, у них формируются физкультурные знания и представления.

К физкультурно-массовым мероприятиям обычно относят:

- соревнования для детей и взрослых, спортивные походы;
- физкультурно-спортивные праздники;
- массовые соревнования по отдельным видам спорта;
- спартакиады;
- чемпионаты города, региона, России, мира, Олимпийские игры.

Многообразие спортивных мероприятий целесообразно классифицировать по ряду признаков, которые представлены в табл.4:

Таблица 4 – Классификация спортивных мероприятий

Признак	Вид
По цели	Квалификационные (выполнение соответствующих нормативов для присвоения разрядов или званий)
	Контрольные (определение готовности к главным стартам)
	Отборочные (отбор спортсменов в команду)
	Подводящие (подготовка к более ответственным соревнованиям)
	Показательные (демонстрация достижений и умений спортсменов)
По форме зачета	Командные (результаты засчитываются только команде)
	Личные (только личное первенство)
	Лично-командные (подводятся итоги выступления как команды, так и личного первенства)

Признак	Вид
По масштабу	Международные
	Национальные
	Региональные
	На уровне отдельной физкультурно-спортивной организации
По форме организации	Очные (визуальный контакт соперников)
	Заочное (соревнования проходят в разных городах или странах, например, киберспорт)
По составу соревновательных действий	По отдельным видам спорта
	Комплексные (Спартакиады)
По периодичности	Разовые
	Повторяющиеся через определенное время
По месту проведения	В помещении
	На открытом воздухе (стадион)
	На природе

Рассматривая проводимые на различных уровнях спортивные мероприятия в качестве ресурсной базы для создания туристических продуктов сферы событийного туризма, можно с уверенностью заявить, что мировой ресурсный потенциал поистине огромен. Собрав информацию о планируемых спортивных мероприятиях 2017 года, местах и датах их проведения, можно составить следующий информационный календарь (табл.5):

Таблица 5 – Календарь спортивных событий 2017 года

Мероприятие	Дата проведения	Место проведения
Чемпионат мира по хоккею с мячом	29.01-5.02	Швеция
Зимняя Универсиада	29.01-8.02	Казахстан
Чемпионат мира по биатлону	6.02-19.02	Австрия
Чемпионат мира по лыжным видам спорта	22.02-5.03	Финляндия
Чемпионат мира по фигурному катанию	29.03-2.04	Финляндия

## Продолжение таблицы 5

Мероприятие	Дата проведения	Место проведения
Чемпионат мира по бегу по пересеченной местности	26.03	Уганда
Чемпионат мира по пляжному футболу	27.04-7.05	Багамы
Чемпионат мира по хоккею с шайбой	5.05-21.05	Франция/ Германия
Средиземноморские игры	30.06-9.07	Испания
Чемпионат мира по водным видам спорта	14.07-30.07	Венгрия
Всемирные игры	20.07-30.07	Польша
Чемпионат мира по пляжному волейболу	28.07-6.08	Австрия
Летняя Универсиада	19.08-30.08	Тайвань
Чемпионат мира по бадминтону	21.08-27.08	Великобритания
V Азиатские игры в помещениях	17.09-27.09	Туркменистан
Чемпионат мира по стрельбе из лука	15.10-22.10	Мексика
IV Исламские игры солидарности	12.05-22.05	Азербайджан
Чемпионат мира по боксу	22.09-30.09	Германия
Чемпионат мира по гандболу среди мужчин	11.01-29.01	Франция
Чемпионат Европы по конькобежному спорту	6.01-8.01	Нидерланды
Чемпионат мира по конькобежному спорту на отдельных дистанциях	6.02-12.02	Южная Корея
Чемпионат мира по конькобежному спорту в спринтерском многоборье	26.02-26.02	Канада
Чемпионат мира по конькобежному спорту в классическом многоборье	4.03-5.03	Норвегия
Чемпионат Европы по легкой атлетике в помещении	3.03-5.03	Сербия
Чемпионат мира по легкоатлетическим эстафетам	22.04-23.04	Багамы
Чемпионат мира по легкой атлетике	5.08-13.08	Великобритания
Чемпионат мира по фехтованию	19.07-26.07	Германия
Кубок африканских наций (футбол)	14.01-5.02	Габон
Чемпионат Европы по футболу среди женщин	16.07-6.08	Нидерланды
Чемпионат Европы по шорт-треку	13.01-15.01	Италия
Чемпионат мира по шорт-треку	10.03-12.03	Нидерланды

Мероприятие	Дата проведения	Место проведения
Ралли Париж-Дакар	2.01-14.01	Боливия/ Аргентина/ Парагвай
Зимние Азиатские игры	19.02-26.02	Япония
Кубок конфедераций	17.06-2.07	Россия
Лига Чемпионов УЕФА	2016-2017	Уэльс (финал)
Формула-1	26.03-26.11	20 стран

В составленном календаре приведены события, имеющие мировое значение и известные в довольно широких кругах. Нельзя также забывать об огромном количестве региональных соревнований и мероприятий внутри страны, о которых не так хорошо известно, но которые, так или иначе, способны оставить незабываемые впечатления в сердцах зрителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что сфера спортивно-событийного туризма обладает обширным потенциалом для развития как отдельного направления, так и туризма в целом. Спортивно-событийные туры в состоянии привлечь большое количество туристов в регион, повысить интерес людей к спорту и здоровому образу жизни, стать ведущим фактором в развитии смежных отраслях экономики.

К сожалению, текущее состояние событийного туризма по всему миру имеет довольно различные показатели. Связано это как с общей экономической ситуацией в стране и степени её развитости, так и по отношению к туризму, как к важной составляющей экономики со стороны властей.

### **1.3 Событийный туризм в мире: центры и преимущества его развития**

В системе международного туризма такому направлению, как событийный туризм, отводится довольно значительное место на сегодняшний день.

Согласно научным исследованиям, его доля в мировом туризме ежегодно увеличивается на 1,5%, что обусловлено изменением структуры возрастного состава туристских потоков (доля путешествующих лиц до 30 лет занимает более 40 % туристских потоков)<sup>11</sup>. Событийный туризм развивается в качестве динамичной и активной части производственных сил региона, оказывая воздействие на улучшение ресурсной базы в целом. Проведение крупных мероприятий играет важную роль в повышении туристической привлекательности какой-либо территории, а также нередко формирует сильный бренд для города или страны (культурный, туристический).

Известен ряд исторических событий, подаривших имя тому или иному региону, городу, стране. К ярким, запомнившимся примерам можно отнести Карнавал в Рио-де-Жанейро, о котором знают на каждом континенте, и являющийся одним из самых посещаемых мировых событий. Каннский фестиваль, пивной фестиваль Октоберфест также можно внести в этот список. Будапешт давно известен в мире, как "город фестивалей", где проводится Весенний и Осенний фестивали, Будапештская ярмарка и фестиваль Sziget. Одним из праздничных городов также является Венеция, проводя знаменитый Венецианский карнавал, на которой ежегодно съезжаются более половины миллиона туристов из разных уголков мира.

Таким образом, можно выделить положительные последствия проведения подобных массовых событий в отдельно взятом регионе:

- стимулирование тур. потока;
- репозиционирование местности и создание положительного образа;
- создание более комфортной среды жизнедеятельности;
- накопление нового культурного наследия, введение в действие уже имеющегося;
- развитие ряда сфер бизнеса, в том числе и сферы организации событийных туров;

---

<sup>11</sup> Коновалов, А.В. Проблемы и возможности развития спортивно–событийного туризма / А.В. Коновалов // Концептуальные основы развития туризма и туристского сервиса. Сборник научных статей и докладов Всероссийской научно–практической конференции «Современные проблемы развития туризма и туристского сервиса» В 2 ч., ч. 2 – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2005. –178 с.

- возможность привлечения инвестиций с учетом повышения уровня привлекательности региона;
- модернизация инфраструктуры позволит привлечь инвестиции из федерального бюджета.

Последним пунктам присущ один важный момент: масштабные инвестиции в развитие территории, станут проще и эффективнее, если они приурочены к определенному событию.

Даже самые маленькие городки и деревни могут стать центром туристического паломничества. Так, в 1998 году в одном из шахтерских городов Японии, случился экономический кризис, связанный со снижением дохода от главной экономической составляющей города, повлекший за собой опустение казны и резкий отток населения. Тогда, проведя исследования, было обнаружено, что город отличается самым низким процентом разводов среди всей страны. Это позволило разрекламировать город, как наиболее благоприятное место для бракосочетания. По сравнению с 3 тыс. браков, зарегистрированных в 1998 году, к 2003 году их было уже 280 тыс. Город стал центром проведения свадебных церемоний, медовых месяцев и годовщин.

Еще одним уникальным событием считается коррида. Это известное испанское зрелище в виде боя быков особой иберийской породы. В Испании, Португалии и Франции ежегодно проводят более 6 тыс. коррид, в которых погибает около 30 тыс. быков. Нередки случаи гибели матадоров, их помощников и церемониймейстеров. Однако, это очень зрелищный спорт. Самая массовая коррида проводится в г. Памплоне и собирает 250-350 тыс. человек. Сюда же можно отнести Родео (скачки на диком быке или неоседланной лошади), проводимые в Северной Америке. В США насчитывают около 5 тыс. ковбоев и проводят примерно 650 состязаний в год, финалисты которых встречаются в финальном поединке в Лас-Вегасе.

Таким образом, создание бренда города посредством проведения мероприятий способно обеспечить экономическую прибыль для города, создание положительного имиджа и освещение в СМИ.

В последнее время крупные спортивные, культурные, деловые события становятся ключевыми элементами государственной политики. Многие страны, в том числе и Россия, активно борются за право проведения на своей территории различных глобальных мероприятий. Страны включают эти события международного масштаба в свои стратегии экономического развития, решая за их счет сразу несколько задач, включая модернизацию инфраструктуры, продвижение региона на мировом уровне и, как следствие, привлечение туристов и инвесторов.

Рассмотрев несколько случаев из мировой практики развития событийного туризма, можно смело считать это направление двигателем прогресса. Учитывая огромный ресурсный потенциал стран мира и положительные последствия от организации событийных туров, целесообразно вносить вклад в развитие этого направления, добиться поддержки со стороны государства и местных жителей.

Среди крупных центров событийного туризма в мире можно выделить несколько самых известных (табл. 6):

Таблица 6 – Мировые центры событийного туризма

Туристический центр	Проводимые мероприятия
Италия	Венецианский карнавал, фестиваль оперного искусства, фестиваль морепродуктов на о. Гров, модный фестиваль "Milano Moda Bouna"
Испания	Карнавал на о. Гран-Канария, "Flower Power - Волшебные шестидесятые"
Франция	Карнавал в Ницце "Король Маскарада", Лимонный карнавал, фестиваль "Цирк будущего", Каннский фестиваль, праздник молодого вина, парижский салон шоколада, модные показы "Men's Fashion" и "Ready to Wear", аукционы Дрюо

Туристический центр	Проводимые мероприятия
Швейцария	Карнавал в Люцерне, Базельский карнавал, автосалоны, "Салон Часов", музыкальный фестиваль Carpićies, "Снег и Симфония"
Германия	Кёльнский карнавал, карнавал в Бремене, фестиваль культур, парад любви, пивной фестиваль "Октоберфест", праздники на льду "Romanza" и "Mystery", театрализованный фестиваль "Spierlart", музыкальный фестиваль "TDK TIME WARP"
Великобритания	Фестиваль Святого Патрика, танцевальное шоу "Lord of Dance", большой гастрономический британский фестиваль, выставка цветов, фестиваль музыки и искусств
Россия	Фестиваль "Вишневый лес", автосалоны, кинофестиваль "Кинотавр", музыкальный конкурс им. П.И.Чайковского, всероссийский фестиваль цветов в г. Анапа

Основываясь на данных таблицы, можно сделать вывод, что массовые запоминающиеся мероприятия проводятся не только за рубежом, но и Россия также входит в список центров событийного туризма. Неудивительно, ведь территория Российской Федерации огромна, и в каждом уголке страны непременно найдется увлекательное мероприятие, которое привлечет к себе внимание не только местных жителей, но и гостей с разных уголков страны и мира.

Рассмотрим подробнее состояние и направления развития событийного туризма в России.

## 2 СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В КУРСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

### 2.1 Событийный туризм в России: текущее состояние и направления развития

Событийный туризм в России является направлением сравнительно молодым, но активно развивающимся в последние годы. Отдых, связанный с посещением не места, а конкретного события, стал весьма популярен среди россиян. Легко можно назвать места, которые привлекают местных туристов событиями: это различные фестивали и праздники в крупных городах России (Москва и Санкт-Петербург). А в последние годы наблюдается большой интерес к поездкам на родину Деда Мороза и масленичные туры.

Несмотря на это, в России на данный момент еще не так хорошо развито получение прибыли от такой формы туризма. Пока еще в стране нет такого количества ежегодно повторяющихся событий, которые бы привлекли внимание не только соотечественников, но и зарубежных гостей.

Но, тем не менее, практически каждый город интересен своими культурными и спортивными событиями, привлекающими огромное количество зрителей. Например, Кубок Кремля по теннису, хоккейные турниры, футбольные матчи, музыкальный конкурс «Евровидение-2009», Олимпиада «Сочи-2014», Международный Московский кинофестиваль, а также Чемпионат Мира по Футболу-2018, который будет проведен в России.

Если туристический объект, к сожалению, не обладает историческими событиями, то их придумывают специально. Например, в городе Суздаль (Владимирская область) проводится немалое количество праздников, на которые собираются большое количество туристов не только из России но и из-за рубежа. Знаменитыми считаются Гусиные бои и Праздник огурца. Они проводятся на территории Музея деревянного зодчества. Также туристов

привлекают и «Рождество», «Встреча Нового Года», «Троица», фестиваль «Русская сказка», «Крещение», «Масленица», «Русальная неделя», международный фестиваль «Бабье лето» и другие событийные мероприятия.

По основной классификации мероприятий событийного туризма, представленной в главе 1, можно выделить следующие известные события, проводимые на территории Российской Федерации на постоянной основе (табл.7):

Таблица 7 – Классификация событий в России, как объектов для развития событийного туризма

Категория	Мероприятие	Место проведения
Театрализованные шоу	конно-театрализованного шоу (рыцарский турнир) в замке «Львиная голова»	пос. Сукко, Анапа, Краснодарский край
	международный фольклорный фестиваль «Мировая деревня»	пос. Рошино, Ленинградская область
	фестивали исторических реконструкций	Екатеринбург, Санкт-Петербург, Выборг
Национальные фестивали и праздники	праздник лета «Ысыхак»	Якутия
	военно-исторический фестиваль «Поле Куликово»	Тульская область
	всероссийский Военно-исторический фестиваль «День Бородина»	Бородино, Московская область
	международный фестиваль «Мода и стиль в фотографии»	Москва
Фестивали и выставки цветов	международный фестиваль цветов	Санкт-Петербург
	всероссийский фестиваль цветов в Анапе	Краснодарский край
	международный фестиваль «Цветы Сахалина»	Южно-Сахалинск, Сахалинская область

Фестивали кино и театра	фестиваль детского кино «Сказка»	Москва
	театральный фестиваль «Золотая маска»	Москва
	Московский международный кинофестиваль горных и приключенческих фильмов	Москва
	кинофестиваль «Кинотавр»	Сочи, Краснодарский край
Гастрономические фестивали	международный гастрономический фестиваль «Фуд-шоу»	Москва
Гастрономические фестивали	большой Московский международный фестиваль пива	Москва
	фестиваль «Море пива в Сочи»	Краснодарский край
	праздник-фестиваль, посвящённый помидору	Сызрань, Самарская область
	праздник огурца	Суздаль, Владимирская область
Модные показы и фестивали	фестиваль моды «Плес на Волге. Льяная палитра»	Плес, Ивановская область
	фестиваль моды и театрального костюма «Поволжские сезоны Александра Васильева»	Самара
	международный фестиваль моды «Бархатные сезоны»	Сочи, Краснодарский край
	международный фестиваль «Мода. Россия. Стиль»	Санкт-Петербург
Аукционы	аукцион недвижимости	Москва
	антикварный аукцион	Москва
	нумизматический аукцион	Санкт-Петербург

Категория	Мероприятие	Место проведения
Фестивали музыки и музыкальные конкурсы	международный фестиваль искусств «Русская музыка на Балтике»	Калининград
	музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского	Москва
	всероссийский фестиваль авторской песни имени Валерия Грушина	Самарская область
	международный фестиваль русской классической музыки им. С.В. Рахманинова	Великий Новгород
Спортивные события	зимняя олимпиада 2014 г.	Сочи
	лига чемпионов УЕФА	Москва
	международный теннисный турнир «Кубок Кремля»	Москва
Международные технические салоны	военно-морской салон	Санкт-Петербург
	авиационно-космический салон «МАКС»	Жуковский, Московская область
	выставка средств обеспечения безопасности государства «Interpolitex»	Москва
	автосалон в Москве	Москва

Бизнес туриндустрии активно пользуется событиями для формирования туристского продукта и привлечения туристов.

Сегодня событийный туризм динамично развивается в России. Популярными становятся такие спортивные события, как: хоккейные турниры, Кубок Кремля по теннису и футбольные матчи. Весьма заметный рост въездного потока туристов обеспечил музыкальный конкурс «Евровидение-2009». Можно сказать, что каждый город в нашей стране интересен и привлекателен своими культурными и спортивными событиями. И на них

собирается немалое количество зрителей. Ежегодно проводится Московский международный кинофестиваль, различные фольклорные, этнические и военно-исторические праздники. Огромный потенциал в развитии на более высоком масштабном уровне имеет музыкальные фестивали, посвященные всемирно известным русским композиторам.

Следует обратить внимание, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Огромное количество экспертов со всего мира полагает, что в скором будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Говоря о дальнейшем развитии рынка событийного туризма, можно отметить активную работу Ростуризма и его партнеров в этом направлении. В 2012 году по случаю знаменательной даты, 200-летия Бородинской Битвы было организовано празднование в форме реконструкции великого сражения на Бородинском поле, привлекшее внимание тысяч зрителей, и превратившееся в полноценное туристическое событие.

Санкт-Петербургский вариант празднования выпускного бала, известный в России под названием «Алые Паруса», был внедрен в 2005 году и с тех пор успешно проводится на ежегодной основе, набирая огромную популярность. На данный момент это уже событие международного масштаба. Название и сюжет взяты из литературного произведения Александра Грина.

За Москвой и Санкт-Петербургом не отстают и другие города. Екатеринбург является центром бизнес-мероприятий. Казань по праву считается центром спортивных событий. А Пермь недавно начала активно работать в направлении фестивального туризма. Вдобавок к этому, яркий потенциал представляют собой Краснодарский край, Московская область и регионы Северного Кавказа. В Иркутской области первый Международный Бакальский Фестиваль зимних игр «Зимниада» впервые был проведен в 2003 году и с тех пор занял почетное место в календаре ежегодных мероприятий области. Сейчас он хорошо известен за пределами региона.

Главной предпосылкой к организации событийного туризма является само событие, тематика очень обширна. Любой повод может стать основой, если он интересен потенциальному туристу, удовлетворяет его потребности, а место проведения обладает достаточным уровнем развития транспортной инфраструктуры, местами для размещения и питания. Помимо этого, работа в данном направлении во многих случаях не обязывает наличие уникального культурного объекта и колоссальных вложений.

Способность вызвать интерес к повторному посещению региона у событийного туризма, гораздо выше, чем у культурно-познавательного или экскурсионного. С каждым годом программа проведения мероприятия может быть организована совершенно иначе на основе неисчерпаемой ресурсной базы, потребность туриста в познании тяжело будет до конца удовлетворить, как при культурно-познавательном посещении уникального архитектурного памятника, а значит, шансы на повторное или даже ежегодное посещение гораздо выше.

Как показывает мировая и отечественная практика, развитие событийного туризма положительно влияет на показатели социально-экономического роста территории, создавая новые рабочие места и принося весомую прибыль организаторам. Например, Олимпийские игры в Сочи в 2014 году принесли прибыль в размере 85,4 млн рублей и обеспечили рабочими местами 700 000 человек<sup>12</sup>.

В 2013-2016 гг. ситуация на рынке российского туризма начала меняться в лучшую сторону благодаря некоторым факторам. Основными из них являются введение западными странами экономических санкций против РФ и ослабление курса национальной валюты. Это отрицательно отразилось на уровне развития выездного туризма, однако создало благоприятные условия для активизации развития внутреннего и въездного туризма в регионах РФ. В подобных условиях целесообразно более продуктивно использовать

---

<sup>12</sup> Информационное агентство «РБК-Новости», публикация от 10.04.2015 "Счетная палата подсчитала доходы и расходы Олимпиады в Сочи"[Электронный ресурс] Дата обращения: 26.12.2016г. Режим доступа: [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)

имеющийся в настоящее время ресурсный потенциал для развития перспективных туристических направлений, которые не требуют больших финансовых затрат, дополнительной инфраструктуры и способны за короткий срок обеспечить рост числа туристов в страну и отдельно взятый регион. Одним из таких направлений является событийный туризм.

В связи с тем, что эта сфера развивается в стране недавно и не так глубоко изучена специалистами за такой короткий срок, а также по причине недостаточного количества событий грандиозного масштаба, событийный туризм пока занимает совсем небольшую долю в структуре внутреннего турпотока в России, всего 1%. Доли различных видов туризма в структуре внутреннего туризма демонстрирует график (рис.3), составленный на основе статистических данных, предоставленных Ростуризмом<sup>13</sup>.

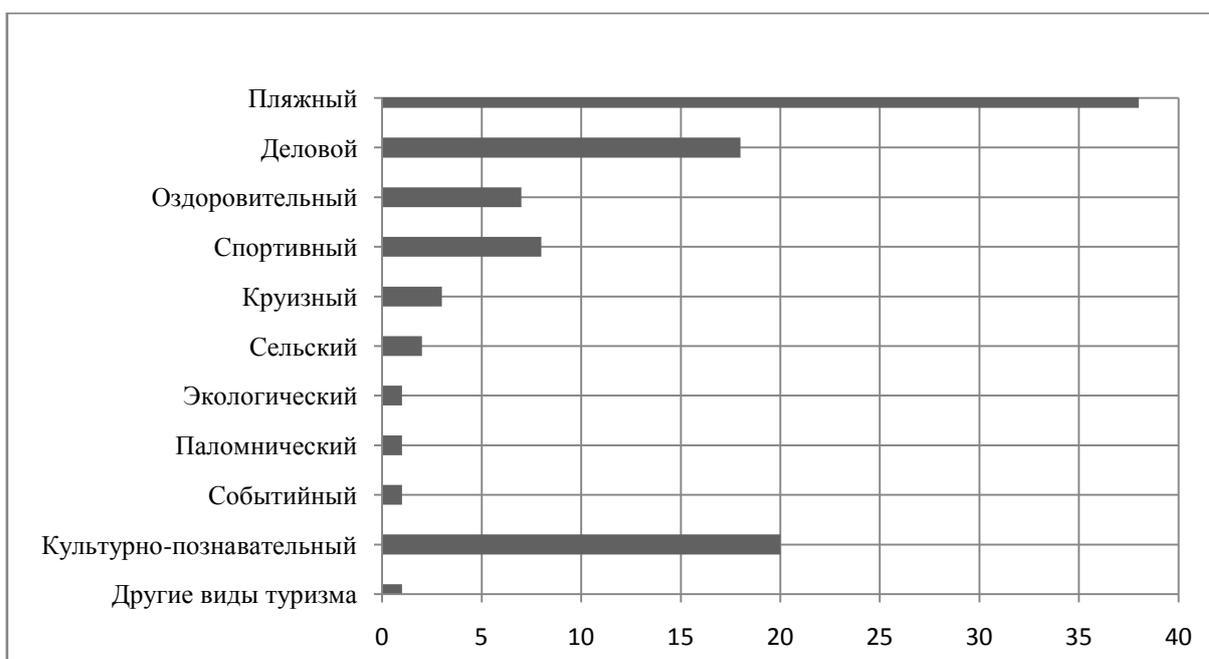


Рисунок 3 – Структура внутреннего туризма в РФ в 2016г. год по видам туризма, в процентном соотношении

Тем не менее, несмотря на такую печальную статистику, следует отметить увеличение стимулирования развития событийного туризма в регионах РФ со стороны федеральных и региональных властей. В 2013 году по инициативе Министерства культуры РФ была учреждена премия «Russian open

<sup>13</sup> Федеральное агентство по туризму/статистика. [Электронный ресурс]. Дата обращения: 28.12.2016 Режим доступа: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)

Event Expo», направленная на выявление лучших событийных проектов в РФ. В 2015 году ведомство активизировало работу по созданию Национального календаря событий, в котором собрана и систематизирована информация о значимых мероприятиях, проводимых в регионах РФ.

На региональном уровне стимулирование развития событийного туризма происходит с помощью составления реестра значимых мероприятий и учреждения конкурсов. В 2014 – 2015 гг. событийный туризм признан приоритетным для развития видом туризма в Самарской, Ярославской, Орловской, Ростовской, Рязанской, Нижегородской областях, Алтайском Крае, Приморском Крае, Республике Якутия и других регионах<sup>14</sup>.

Перспективность развития событийного туризма в российских регионах определяет наличие успешного опыта проведения разноплановых мероприятий, которые способны не только привлечь туристов, но и являться площадкой для реализации различной продукции, обмена опытом ремесленников, установления деловых контактов, организации анимационных программ и т. п. (рис.4).

<b>ФЕСТИВАЛЬ «ЖИГУЛЕВСКАЯ ВИШНЯ»</b> Самарская область, с. Ширяево, 2014 г. • 92 ярмарочные и ремесленные точки • 6500 туристов • 279 проданных банок варенья	<b>ВСЕРОССИЙСКАЯ СПАССКАЯ ЯРМАРКА</b> Республика Татарстан, г. Елабуга, 2013 г. • 850 мастеров • 100 тыс. посетителей • товарооборот 12 млн руб. • 867 мастеров	<b>КРАЕВОЙ ФЕСТИВАЛЬ НАПИТКОВ «АЛТАЙФЕСТ»</b> Алтайский край, г. Белокуриха, 2015 г. • 17000 туристов • реализовано 21000 литров напитков
--	---	--

Рисунок 4 – Примеры событийного туризма в регионах РФ

Среди факторов, активно препятствующих развитию событийного туризма, можно выделить следующие<sup>15</sup>:

<sup>14</sup> Федеральное агентство по туризму/статья. [Электронный ресурс]. Дата обращения: 28.12.2016 Режим доступа: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)

<sup>15</sup> Сирченко А.А.. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации // Информационно-аналитический портал «Предпринимательство и право» — 13.11.2012 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=1313> (дата обращения: 21.12.2016)

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в регионах России;
- недостаточное осознание потенциала событийного туризма;
- недостаточное внимание властей к событийному туризму, и, как следствие, недостаточный бюджет, выделяемый на развитие этой сферы;
- низкая инвестиционная и деловая активность местного населения;
- дефицит квалифицированных кадров в туристической сфере;
- нехватка информации о проведении событийных мероприятий в регионах России;
- низкая эффективность выбранных форм и методов продвижения продукта событийного туризма на рынок, неправильная маркетинговая политика;
- отсутствие упрощенного визового режима в период проведения мероприятий международного масштаба;
- отсутствие государственной поддержки приоритетных общественно значимых мероприятий.

Для обеспечения развития данной сферы как в России в целом, так и на территории регионов необходимо предпринять следующие меры:

- включить мероприятия по формированию, продвижению и реализации регионального турпродукта на базе событийного туризма в стратегические документы развития туризма, в том числе в региональные целевые программы развития туризма;
- способствовать созданию условий для разработки новых продуктов событийного туризма, расширению спектра туристских услуг для различных групп туристов, а также интегрированного турпродукта совместно с другими российскими регионами;
- оказывать содействие в разработке инвестиционных проектов в области событийного туризма, создании благоприятного климата для инвесторов;

– разработать и использовать стратегию эффективного продвижения турпродукта, сформированного на базе событийного туризма.

В целом, анализ современного состояния туризма в России и регионах показывает, что отрасль развита слабо, причинами чего являются неразвитая туристская инфраструктура в большинстве регионов, причинами чего являются неразвитая туристская инфраструктура в большинстве регионов, низкая квалификация работников сервиса и слабая реализация трудового потенциала, слабое информационное освещение и продвижение туристских ресурсов регионов. В силу своих специфичных характеристик он может рассматриваться в качестве высокодоходного направления внутреннего туризма отдельно взятого региона и страны в целом. Событийный туризм имеет огромный потенциал для развития и неограниченную ресурсную базу. При использовании концептуального подхода событийный туризм может стать катализатором развития туристической сферы региона, обеспечить занятость населения и повысить доход местного бюджета, особенно актуально это для тех регионов, одной из главных проблем которых является высокий уровень безработицы, недостаточное количество рабочих мест для населения и низкий региональный бюджет.

Рассмотрим текущее состояние, потенциал и проблемы развития событийного туризма в отдельно взятом регионе, на примере Курской области, входящей в состав Центрального Федерального Округа.

## **2.2 Современное состояние событийного туризма в Курской области**

Курская область входит в состав Центрального федерального округа и расположена в центре Европейской части Российской Федерации на пересечении транспортных потоков из России в промышленно развитые центры Украины, страны ближнего зарубежья и Кавказского региона.

Административным, промышленным и культурным центром Курской области является город Курск с населением 408,1 тыс. человек.

Курская область располагает обширными ресурсами для развития сферы туризма, включая природные, исторические и культурные

достопримечательности. На территории региона выделены рекреационные районы, каждый из которых обладает специфическим природным, экологическим и социальным значением.

Общий туристский бренд области – «Курская область – 1000 лет русской истории и культуры», что дословно отражает историко-культурное достояние региона. Помимо этого, город Курск известен как "Город-Герой" благодаря Великой Курской битве, многие знают про Курскую магнитную аномалию, Атомную электростанцию и про курских соловьев, славящихся неповторимыми трелями.

Наряду с природно-экологическим, историко-культурный потенциал имеет важнейшее значение в позиционировании региона на туристическом рынке, определяя его уникальность и конкурентные преимущества. Сегодня на территории Курской области находится в общей сложности более 4 500 памятников археологии, архитектуры, истории и монументального искусства, являющихся свидетельствами различных периодов истории Курской области, из которых под государственной охраной находятся 878 объектов регионального значения и 114 – федерального значения. В общей сложности область насчитывает 772 памятника истории, 2501 памятник архитектуры, 9 памятников искусства и 917 памятников археологии<sup>16</sup>. На территории области ежегодно проходит ряд массовых событийных мероприятий различной направленности. Отдельно стоит выделить ежегодный Экономический форум, ежегодную Коренскую ярмарку.

Основными целями поездок в регион являются деловой, религиозный, событийный, лечебно-оздоровительный и экскурсионный туризм. Согласно статистическим данным<sup>17</sup>, наибольший удельный вес в структуре общего въездного туристического потока Курской области приходится на сегмент делового туризма, который составляет 33%, и лечебно-оздоровительного – 20%. Однако необходимо отметить, что намного большее количество туристических

---

<sup>16</sup> Курский областной центр туризма. Публикация от 01.06.2015. [Электронный ресурс]. Дата обращения - 15.12.2016 Режим доступа: [www.turcentrkursk.ru/](http://www.turcentrkursk.ru/)

<sup>17</sup> Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. [Электронный ресурс] Дата обращения 12.12.2016 Режим доступа: [kurskstat.gks.ru](http://kurskstat.gks.ru)

посещений осуществляется в религиозных (паломнических) целях, которые не учитываются современными статистическими методами. В области расположены 196 действующих храмов и 5 монастырей. Курск и другие города области входят в перечень исторических городов. В 2012 году Курск отметил свою 980-летнюю годовщину.

Туристский сектор в Курской области представлен 79 туристскими предприятиями, из них 68 предприятий – турагенты, 1 – туроператор, согласно реестру турпредприятий Курской области, осуществляющих туристическую деятельность за 2015 год<sup>18</sup>. Число коллективных средств размещения составляет 42. Область располагает 8 базами отдыха и 152 предприятиями общественного питания. Эти показатели выше по сравнению с цифрами прежних лет<sup>18</sup> (табл.8, табл.9).

Таблица 8 – Динамика числа турфирм Курской области

Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число туристских фирм, охваченных обследованием – всего	37	66	69	68	72	77	79
в том числе занимались:							
туроператорской деятельностью	4	4	1	1	1	1	1
туроператорской и турагентской деятельностью	-	-	3	4	3	4	4
турагентской деятельностью	32	59	62	61	66	71	68
только экскурсионной деятельностью	1	3	3	2	2	1	6

<sup>18</sup> Комитет по делам молодежи и туризму Курской области. Областное бюджетное учреждение «Областной центр туризма» "Туристский паспорт Курской области 2015"

Таблица 9 – Основные показатели деятельности турфирм Курской области

Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество турпредприятий, ед.	37	66	69	68	72	77	79
Средняя численность работников, включая внешних совместителей и работников, выполняющих работы по договорам, чел.	146	196	212	184	180	188	214
Объем предоставленных туристских услуг населению, тыс. руб.	29351 7	35835 9	48776 0	59009 0	67357 6	7465 15	7843 63

С точки зрения состояния и развития спортивно-событийного туризма, рассматриваемого в данной работе, целесообразно представить к ознакомлению данные касательно спортивных объектов (табл.10):

Таблица 10 – Спортивные сооружения Курской области. Динамика развития

Год	2009	2010	2011	2012	2013
Число спортивных сооружений, ед.					
Всего	2171	2149	2157	2143	2134
из них:					
стадионы с трибунами на 1500 мест и более	15	15	14	12	14
плоскостные спортивные сооружения (площадки и поля)	1178	1189	1197	1146	1181
спортивные залы	656	657	660	640	658
плавательные бассейны	36	36	34	30	30

Огромный минус заключается в том, что туристический бизнес развивается лишь в экскурсионном, культурно-познавательном, паломническом и рекреационном направлениях, наблюдается очень слабое развитие делового, событийного и пляжного видов туризма.

Всё более актуальной проблемой для дальнейшего развития туристского бизнеса становится подготовка квалифицированных кадров, способных работать в сфере высоких технологий туристского обслуживания.

В ряду проблем, настоятельно требующих решения на региональном уровне, следует отметить следующие:

- недостаток информации о Курской области у потенциальных туристов;
- низкое качество обслуживания туристов;
- отсутствие областной нормативно-правовой базы, направленной на правовое регулирование туристических предприятий, оказывающих услуги в сфере внутреннего въездного, социального туризма;
- неразвитость информационно-рекламного обеспечения туристской деятельности;
- отсутствие поддержки областных и муниципальных органов власти туристических предприятий, развивающих социально значимые виды туризма.

Рассмотрим имеющиеся ресурсы, которые являются базой для развития событийного туризма в Курской области на основе календаря значимых мероприятий, проводимых в районах Курской области на постоянной основе.

Глушковский район Курской области известен активной общественной деятельностью со стороны администрации района и местных жителей, благодаря чему на территории района проводится немалое количество мероприятий местного уровня (табл.11):

Таблица 11 – Событийные мероприятия в Глушковском районе Курской области

Название праздника	Краткое описание	Сроки проведения	Количество участников
Фестиваль духовной культуры «Золотые купола»	В РДК п.Глушково собираются дети, взрослые и духовенство Глушковского района. Участники Фестиваля исполняют художественные номера православной направленности	07 января	300

Название праздника	Краткое описание	Сроки проведения	Количество участников
Фольклорный праздник в с.Званное «Щедрый вечер»	Украинский народный праздник, вечер в канун старого Нового года или Васильев. В селе Званном этот праздник особо почитаем. Хозяйки пекут блины, готовят пироги и вареники с творогом, чтобы отблагодарить щедрых и посевающих.	13 января	200
Фольклорный праздник «Масленица»	С песнями, плясками муниципальные образования района участвуют в театрализованном представлении, конкурсе подворий. Проводится конкурс на лучшую тройку лошадей и одиночку, а также спортивные массовые состязания	март	1000
Районный конкурс бального танца	Участники конкурса домов культуры и детских школ искусств исполняют различные виды вальса, спортивные танцы	май	250
День России	Торжественное мероприятие с награждением жителей района, концерт художественной самодеятельности и спортивные состязания	12 июня	500
Районное мероприятие, посвященное Дню физкультурника	В п.Глушково проходят: торжественное открытие праздника, легкоатлетическая эстафета среди команд МО, футбол среди команд силовых структур, уличный баскетбол (стритбол) и шахматный турнир	В первую субботу августа	700
Чемпионат и Первенство Курской области по бегу по шоссе и Первенства Глушковского района на дистанции 2 км в рамках престольного праздника «Покрова Пресвятой Богородицы»	Легкоатлеты района и Курской области соревнуются в с.Званное в скорости на дистанциях 2 км и	В канун 14 октября	500

Горшеченский район Курской области проводит следующие мероприятия:

- благотворительный марафон «Мир детства» (июнь);
- народные календарные праздники: Троица (июнь), Рождество (январь); Колядки (январь), Масленица (февраль);
- День Нептуна (Июль).

Дмитриевский район:

- день освобождения города Дмитриева и Дмитриевского района от немецко-фашистских захватчиков (3 марта);
- районный туристический слет муниципальных образований, предприятий и учреждений Дмитриевского района (27-30 июня);
- день основания города Дмитриева и Дмитриевского уезда (последняя суббота августа).

Железногорский район:

- «Прощай, Масленица», проводится в с. Михайловка, Рышково, в последнее воскресенье перед началом Великого Поста;
- «Благослави, Троица», проводится в с. Михайловка, роща «Заказ» ежегодно в мае-июне.

Золотухинский район:

- «Крещенская ярмарка» (выставочный центр, 19 января);
- праздничное театрализованное народное гуляние «Ух, ты Масленица!» (м.Свобода, п.Золотухино);
- фольклорный обрядовый праздник «К нам Троица пришла – праздник милый принесла» (июнь);
- Фетовский праздник «На свидание с поэтом все пришли – и млад, и стар...» (июнь-июль);
- театрализованный праздник «Волшебная яблонька», посвященный яблочному спасу (август);
- выставка декоративно-прикладного творчества в рамках Хлебной ярмарки «Под святым Омофором Пресвятой Богородицы» (подворье).

В Касторенском районе проводятся театрализованные концертные программы, посвященные Дню защитника Отечества, Международному женскому Дню 8 марта, Дню Победы, Дню семьи, любви и верности, театрализованные праздники «Раздольная Масленица», «Все мы разные, и в этом наше богатство», «Играй, гармонь!», проводятся районные конкурсы театральных коллективов «Битва театров» (март), районный фестиваль танцевальных коллективов «Идея танца» (апрель), фестиваль хоровых коллективов (май) и т.д.

Курский район:

- День города (25 сентября), Международный фольклорный фестиваль «Самоцветы» (23-25 сентября);
- День освобождения города Курска от немецко-фашистских захватчиков (8 февраля);
- праздник, посвященный Победе в Курской битве (24 августа);
- Фестиваль работающей молодежи «Юность»;
- Молодежный экстрим-фестиваль «БоевкаFest»;
- Международный фестиваль юмора «Курская Аномалия»;
- игры «Юго-западной» лиги КВН;
- Международный турнир по хоккею, посвященный Дню России, Кубок Губернатора Курской области по баскетболу;
- ледовая автомобильная гонка «Курский соловей-2015»;
- открытый чемпионат Курской области по трофи-рейдам, Всероссийские массовые соревнования «Российский Азимут – 2015»;
- всероссийское традиционное соревнование «Памяти Л.С.Кононова» по картингу, Турнир «EasyKart-Russia-2015» по картингу;
- Кубок Черноземья «Курская дуга», Чемпионат РФ, Первенство РФ, Кубок РФ, Всероссийское соревнование по автомобильному кроссу.

Мантуровский район:

- Проводы Русской Зимы («Масленица» конец февраля, март), проводится в с. Мантурово, с. Сейм и с. Ястребовка;
- День Победы;
- День России и День района (12 июня в с. Мантурово);
- День молодежи (с. Мантурово).

В рамках программы «Год Российского кино» (2016 г.):

- кинофестиваль «Молодое кино» (Комитет по делам молодежи и туризму Курской области);
- молодежный проект «Экспериментальная лаборатория молодого кино» (Областной дворец молодежи);
- Курский фестиваль документальных короткометражных фильмов «Путешествие года» (Областной центр туризма);
- культурно-просветительский кинопроект «Кино в театре» («Курскоблкиновиодеофонд»);
- региональный кинопроект «Открытый экран» (Комитет по культуре Курской области);
- кинопроект «Другое кино в библиотеке» (Курская областная научная библиотека им. Н.Н.Асеева).

Календарь событий ежегодно предоставляется туристско-информационным центром Курской области ОБУ «Областной центр туризма»<sup>19</sup>.

На основе представленного списка событий, проводимых в Курской области на регулярной основе, можно сделать вывод, что ресурсный потенциал достаточно велик, на каждое из событий можно обратить внимание и разработать туристическое предложение на основе масштабности и характера целевой аудитории. Благодаря грамотно проведенной маркетинговой политике можно усилить информирование и увеличить интерес среди туристов других регионов.

---

<sup>19</sup> Курский областной центр туризма. Публикация от 01.06.2015. [Электронный ресурс]. Дата обращения - 15.12.2016 Режим доступа: [www.turcentrkursk.ru/](http://www.turcentrkursk.ru/)

Среди рекомендаций по развитию туризма в регионе первой должно быть тесное сотрудничество государственных органов, предприятий и учреждений в области развития индустрии туризма. Далее необходима организация акций и мероприятий по содействию развития и популяризации туризма. Также надо создать областной администрацией благоприятные законодательные условия для развития туризма.

Необходимо создать рекомендации и программы по распространению информации об общественно важных событиях Курской области в пределах и за пределами страны.

### **2.3 Анализ спроса и предложения на рынке событийного туризма в Курской области**

Анализ состояния событийного туризма показал, что в Курской области очень низкий уровень развития этой сферы, несмотря на богатую ресурсную базу. Говоря об организованном проведении событийных мероприятий, на данный момент рынок отнюдь не богат предложениями.

В Курской области действует несколько организаций, занимающихся организацией публичных мероприятий, например, "EVENT Курск". Фирма занимается организацией и проведением презентаций, конференций, праздников, свадеб, выпускных вечеров, корпоративных мероприятий. Это направление популярно в области, однако, такие мероприятия не имеют отношения к туризму, так как ни один участник не выезжает за пределы места проживания, и, в основном, все события являются частными.

Что касается именно событийных туров, туристическая фирма "Лера" предлагает туристические маршруты, ориентированные на празднование победы в Великой Отечественной Войне. Маршрутные программы включают в себя организованное посещение центров празднования события, а также посещение экскурсионных объектов (табл. 12).

Таблица 12 – Событийные экскурсионные маршруты турфирмы "Лера"

Название экскурсионного маршрута	Объекты показа
"Курск - город воинской Славы"	Гарнизонный Дом Офицеров, Красная Площадь, Знаменский собор, мемориал Памяти Павших в ВОВ, мемориальный комплекс "Курская Дуга"
"Огненные высоты Великой Победы"	Мемориал Памяти Павших в ВОВ, мемориальный комплекс "Курская Дуга", мемориальный сквер и братская могила в г.Фатеж, поклонный крест работы В.Клыкова, Ольховатский мемориал, памятник героям-десантникам, мемориальный зал железнодорожного вокзала
"Танковое сражение Великой Победы"	Красная Площадь, стела "Героям - курянам", памятник К.К.Рокоссовскому, музей "Командный пункт Воронежского фронта", музей "Прохоровское поле", площадка с советской боевой техникой, памятник И.Н.Кожедубу, памятные знаки советским летчикам, памятник Победы "Звонница", Музей Боевой Славы третьего ратного поля России
"Партизанская слава"	Мемориал Памяти Павших в ВОВ, мемориальный комплекс "Курская Дуга", братская могила партизан и воинов Красной Армии в г.Железногорск, мемориальный комплекс "Большой Дуб", исторический музей "Партизанская Слава" в п.Михайловка

Туристическая фирма "ОКЕАН", деятельность которой ориентирована на прием, а также на паломнический туризм, предлагает событийный тур религиозного характера в период проведения крупных церковных праздников. Объектами показа являются: Знаменская церковь, Церковь Иоакима и Анны, монастырь Пресвятой Богородицы, Коренная Пустынь (историко-культурный центр и святые источники).

К сожалению, помимо представленных предложений, сложно найти какие-либо событийные туры на туристическом рынке Курской области. Для того, чтобы проанализировать причину отсутствия ассортимента и с целью выбора плана развития мероприятий событийного туризма, которые могут

привлечь туристов в Курскую область, целесообразно провести маркетинговое исследование среди пользователей сети интернет - жителей других регионов посредством анкетирования в сети интернет, на площадке сообщества "Туризм-стиль жизни" социальной сети ВКонтакте, насчитывающей 13530 человек<sup>20</sup>. 12 декабря 2016 года было проведено исследование, в котором приняло участие 1766 человек. Участникам опроса предлагалась форма анкеты (бланк приведен в Приложении 1), состоящая из 10 вопросов, направленная на анализ спроса в событийном туризме на территории Курской области.

Следует уточнить, что некоторые вопросы носили открытый характер, что предоставило трудности при обработке ответов и подведении итогов.

Система сервиса предлагает обработку данных не только по конкретному пункту опроса, но и на основе данных, указанных в персональной информации на личной странице пользователя в социальной сети. Учитываются такие данные, как возраст, пол и территориальная принадлежность опрошенного. Анализ показал, что среди опрошенных 76% мужчин и 24% женщин, среди возрастных групп преобладают молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет. Наблюдается низкая активность среди людей возраста от 35 до 45 лет обоих полов (рис. 5):

---

<sup>20</sup> Социальная сеть "ВКонтакте" Сообщество №7331 "ТУРИЗМ - ЭТО СТИЛЬ ЖИЗНИ" Режим доступа: [vk.com/club7331](https://vk.com/club7331)

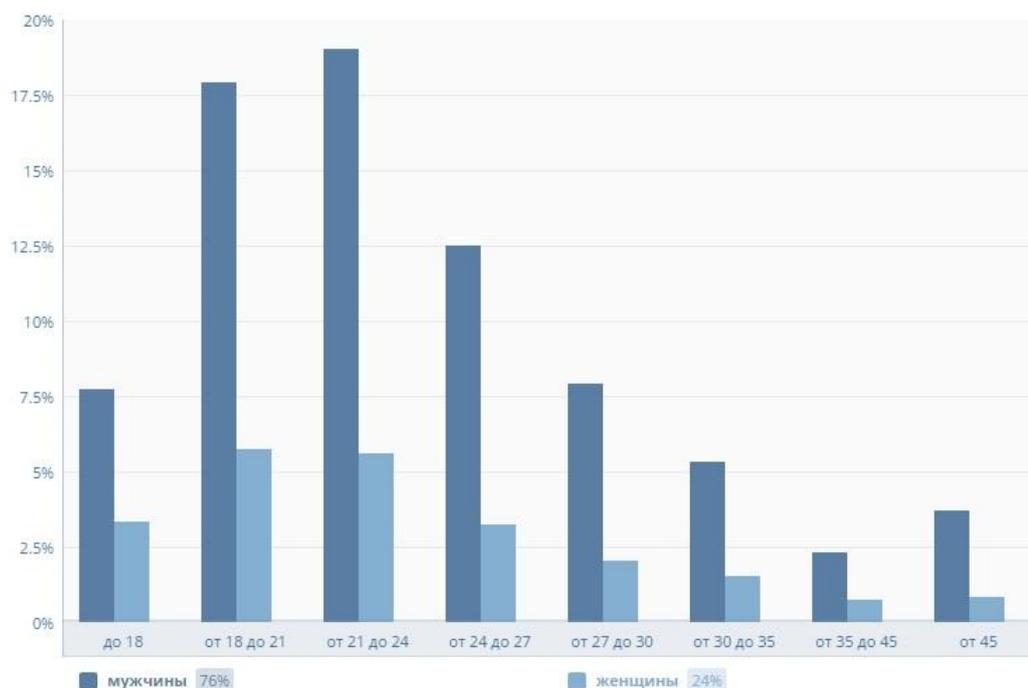


Рисунок 5 – Половозрастная структура респондентов

Помимо этого, система разгруппировала опрошенных по территориальному признаку. Учитывались места постоянного проживания. Результат можно увидеть на представленном ниже графике (рис. 6):

страна	количество
Россия	72.89%
Украина	18.25%
Казахстан	3.32%
Беларусь	3.20%
Молдова	0.41%
Другие	1.93%

город	количество
Москва	25.23%
Санкт-Петербург	9.57%
Красноярск	7.48%
Екатеринбург	5.23%
Минск	2.64%
Другие	49.84%



Рисунок 6 – Распределение респондентов по территориальному признаку

Первый вопрос анкеты " Как часто Вы путешествуете?" подразумевал 3 варианта ответа. 15% анкетирруемых ответили, что путешествуют один раз в

несколько лет, 68% отправляются в путешествие стабильно 1 раз в год, 17% выезжают за пределы места жительства с целью туризма чаще одного раза в год (рис. 7)

Второй вопрос звучал следующим образом: " Как часто Вы выезжаете в другие города, страны с целью посещения определенного мероприятия?" и также предполагал 3 варианта ответа. 21% опрошенных отметили пункт "один раз в несколько лет", 56% делают это ежегодно, и 22% уезжают с целью посещения событий чаще одного раза в год. Следует отметить, что среди редко выезжающих были в основном жители Москвы и МО, т.к. в столице проводится довольно большое количество мероприятий (рис. 7).

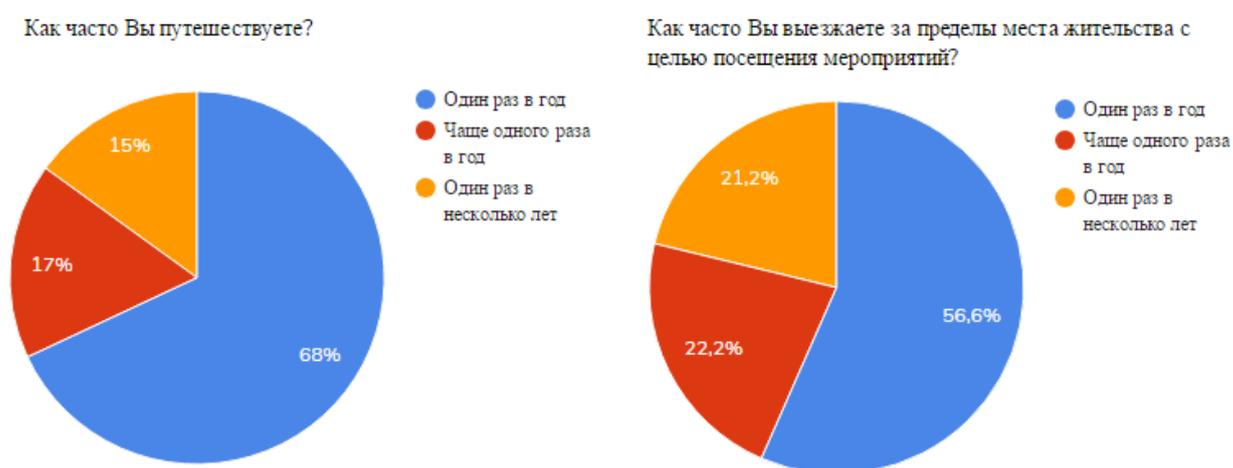


Рисунок 7 – Соотношение ответов респондентов на вопросы №1 и №2

Целью третьего и четвертого вопроса стало узнать, какие мероприятия опрошенные посещали в других странах и в России. Так как вопрос открытый, были отобраны ответы, наиболее часто встречающиеся среди анкет. 516 человек отметили Олимпиаду (не только Сочи 2014, но и Пекин 2008), 356 были на "Евровидение", 386 человек выделили пивной фестиваль «Октоберфест», 217 - гонки "Формула-1", 256 - "Ралли-Дакар". Помимо этого, 96 человек указали Торговую Ярмарку в г. Туньси, цирковое шоу "Цирк Дю Солей" во Франции запомнилось 89 респондентам, а испанский карнавал в честь дня рождения Port Ventura пришелся по душе 45 опрошенным. Помимо этого, более 450 человек ездили в Санкт-Петербург на выпускной бал "Алые

Паруса", 590 опрошенных были в Москве и Санкт-Петербурге на Новогодних мероприятиях (рис.8).

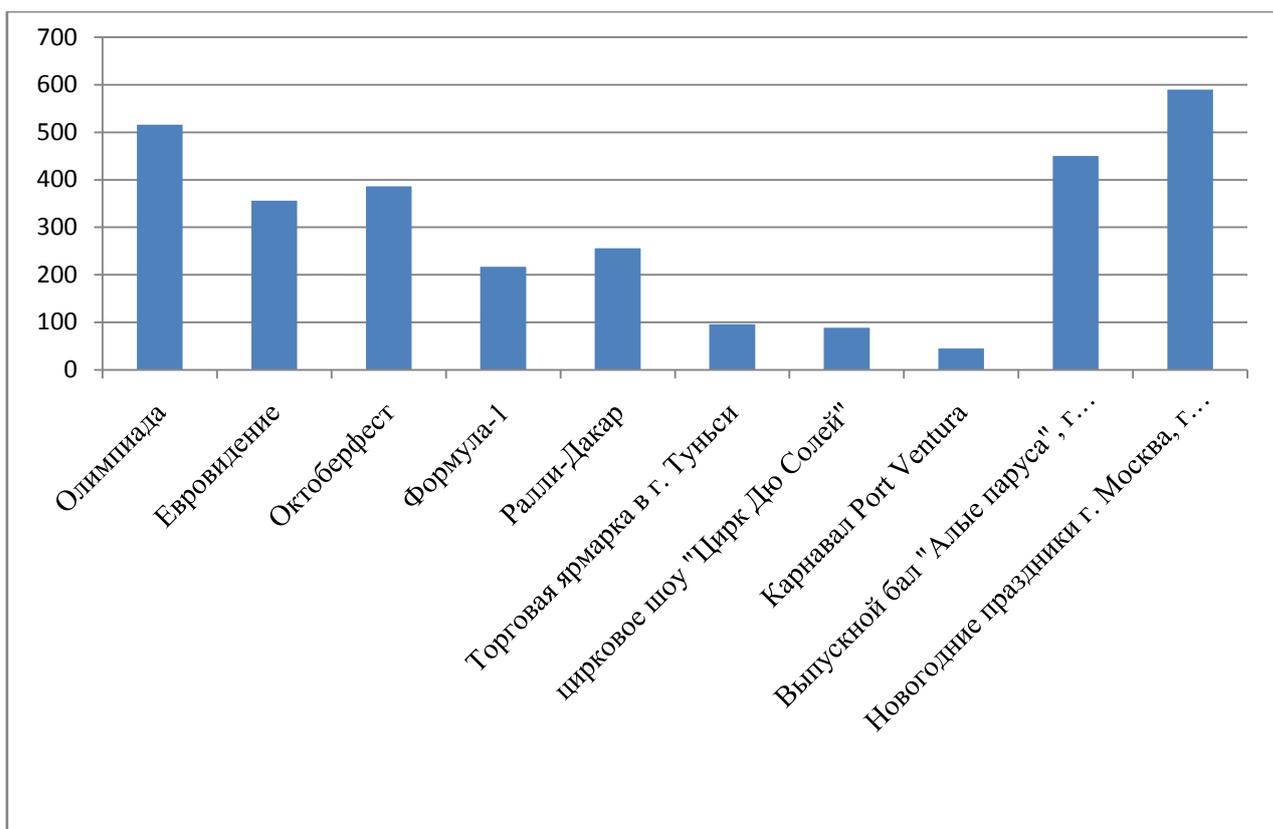


Рисунок 8 – Ответы респондентов на вопросы №3 и №4.

Шестой вопрос ориентирован на то, чтобы узнать, случилось ли опрошенному бывать в Курской области и содержит в себе 4 варианта. 9% ответили "да, периодически приезжаю", 38% ответили "да, бывал однажды/пару раз", 27% были в области проездом и 26% никогда не были в Курской области (рис. 9).

### Были ли Вы в Курской области?

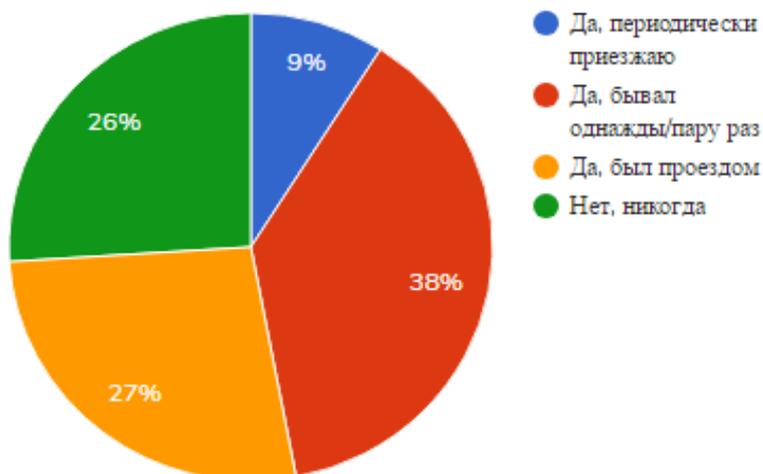


Рисунок 9 – Соотношение ответов респондентов на вопрос №6

Вопрос №7 предлагался для тех респондентов, которые побывали в области с целью участия в каком-либо мероприятии. По аналогии с вопросами №3 и №4 целью было узнать, какие местные мероприятия им запомнились. И так, 210 человек приезжали на празднества, проводимые в Курской области, приуроченные ко Дню России и Дню Города, 84 человека были на фестивале красок Холли, проводившемся летом 2016 года. 154 человека приезжали на соревнования по картингу и 211 упомянули различные автомобильные соревнования, которых в области проводится достаточно много. Были упомянуты в немногочисленном количестве различные литературные и музыкальные мероприятия, народные фольклорные фестивали.

Восьмой вопрос был задан для того, чтобы выяснить, чего людям не хватает в их родном городе, какие мероприятия они бы хотели посещать, не покидая его пределы. Ответы были разными, многие из которых не соответствовали логике, например, проведение самого престижного футбольного турнира "Лига Чемпионов УЕФА" в поселке городского типа с населением около 50 тыс. человек, или организация Олимпиады в маленьком шахтерском городке. Но, в целом, среди мужчин больше половины не отказались бы от проведения пивного фестиваля в их городе, женщины указали на показ мод и цветочные фестивали, а также торговые ярмарки.

Девятый вопрос предполагал разделение интересных мероприятий по тематике. Таким образом, 18% интересуются бизнесом и экономикой, 18% культурой и искусством, 20% - музыкой и литературой, 23% отметили пункт "спорт и здоровый образ жизни", 7% проголосовали за модные показы, 9% за гастрономические мероприятия, 5% выбрали пункт другое, а в комментариях указали национальные, этнические и общероссийские/городские мероприятия и праздники, а также религиозно направленные события (рис. 10).

### Какая тематика мероприятий Вам больше интересна?

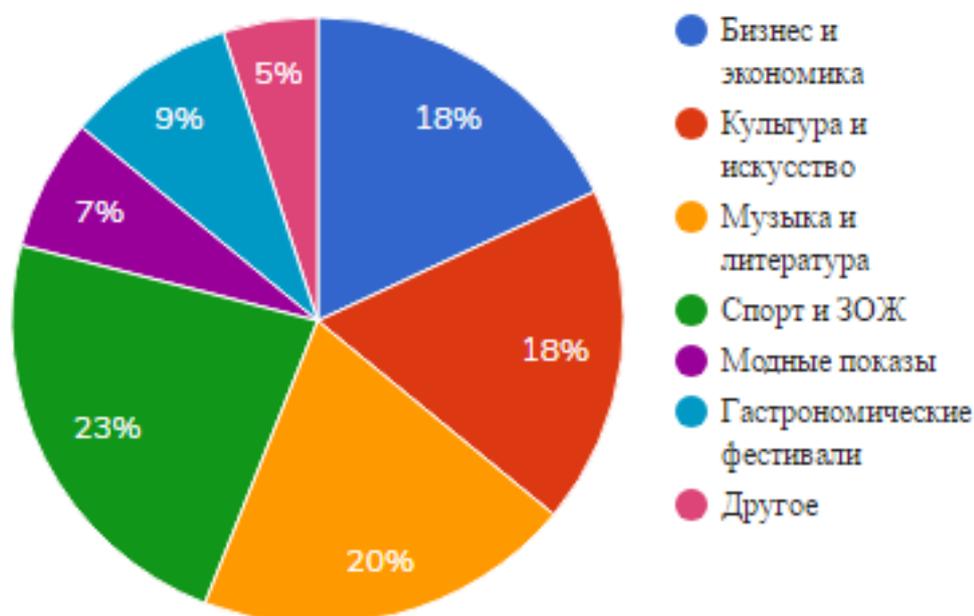


Рисунок 10 – Соотношение ответов респондентов на вопрос №9

Последний вопрос довольно важен с точки зрения анализа актуальности создания событийных туров в Курской области. У респондентов спрашивали, будет ли им интересна организация туров, направленных на посещение мероприятия с дополнительными услугами. На что 25% ответили, что непременно воспользуются, 19% ответили "скорее да, чем нет", 38% указали, что им это не подходит, так как существует возможность самостоятельно организовать досуг, и 18% отметили, что им это не интересно (рис. 11). «Когда приезжаешь в другой город один, и ничего там не знаешь, уйдет куча времени,

чтобы найти подходящий отель, недорогое кафе, придумать, как добраться до места проведения торжества, и в финансовом плане выходит дороже, чем если воспользоваться услугами турфирмы»<sup>21</sup> - комментирует один из анкетированных.

**Будут ли Вам интересны организованные путешествия с целью посещения события?**

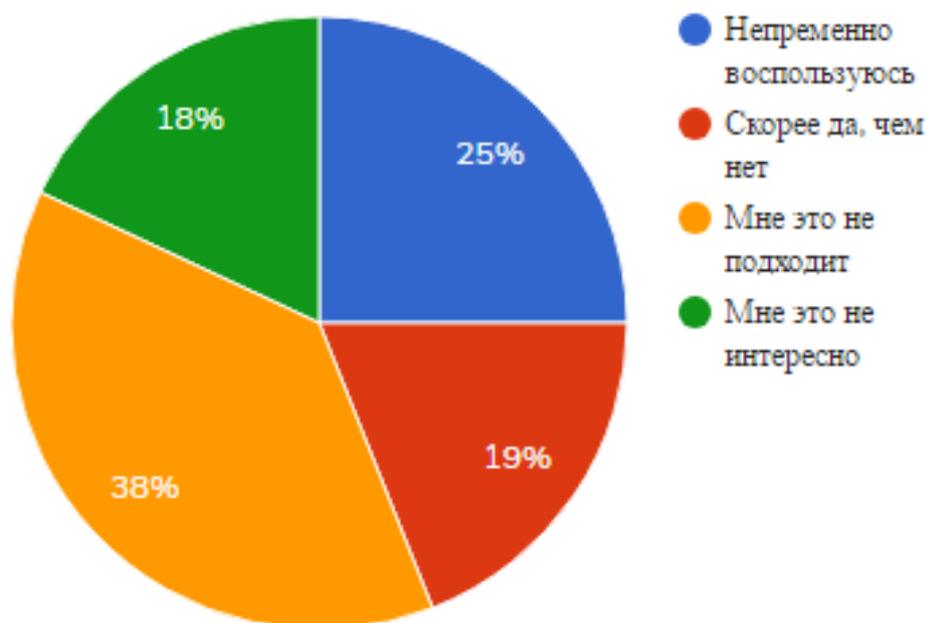


Рисунок 11 – Соотношение ответов респондентов на вопрос №10

На основе результатов анкетирования можно сделать вывод, что развитие событийного туризма необходимо, т.к. существует реальный спрос на событийные туры в Курской области. Требуется разработка и активное продвижение соответствующих турпродуктов на уровне страны и за ее пределами.

<sup>21</sup> Социальная сеть "ВКонтакте" Сообщество №7331 "ТУРИЗМ - ЭТО СТИЛЬ ЖИЗНИ" Режим доступа: [vk.com/club7331](https://vk.com/club7331)

### 3 ОФОРМЛЕНИЕ НОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ТУРИСТОВ НА ОСНОВЕ ПРОВОДИМЫХ В РЕГИОНЕ СОРЕВНОВАНИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО МАСШТАБА

#### 3.1 Разработка событийного тура «Ледовое шоу»

В качестве примера организации туристического путешествия на территорию Курской области с целью посещения событийного мероприятия было выбрано направление спортивных состязаний, а конкретно автомобильных гонок. Ниже представлен календарь автомобильных гоночных событий, проводимых в Курской области в 2017 году<sup>22</sup> (табл. 13):

Таблица 13 – Календарь автоспортивных мероприятий Курской области

Наименование мероприятия	Дата мероприятия	Место проведения
Кубок Курской области по ралли-спринту - 1 этап	16 января	Курск
Кубок Курской области по ледовым гонкам - 1 этап	7-8 февраля	Курчатов
Чемпионат и первенство Курской области по кроссу - 1 этап	9 февраля	Рыльск
Кубок Курской области по ледовым гонкам - 2 этап	10-11 февраля	Моква
Кубок Курской области по ралли-спринту - 2 этап	12 февраля	Солнцево
Кубок Курской области по ледовым гонкам - 3 этап	13-14 февраля	Льгов
Кубок Курской области по ралли-спринту - финал	15 февраля	Фатеж
Кубок Курской области по ледовым гонкам - финал	16-17 февраля	Железногорск
Традиционные соревнования Курской области Ралли 3 категории	11-14 марта	Золотухино
Традиционные соревнования по трофи-рейдам - 1 этап	17-18 марта	Курчатов
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	28 марта	Рыльск

<sup>22</sup> Российская Автомобильная Федерация. Веб-сайт. Режим доступа: [www.raf.su/](http://www.raf.su/)

## Продолжение таблицы 13

Наименование мероприятия	Дата мероприятия	Место проведения
Первенство Курской области по кроссу - 2 этап	1-2 апреля	Льгов
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	5 мая	Медвенка
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	28 мая	Фатеж
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	15 июня	Клюква
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	3 июля	Курск
Первенство Курской области по кроссу - 3 этап	14-16 июля	Железногорск
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	7 августа	Моква
Чемпионат и первенство Курской области по кроссу - финал	9-10 августа	Курск
Традиционные соревнования по трофи-рейдам - Финал	5-6 сентября	Курчатов
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	14 октября	Золотухино
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	29 октября	Полянское
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	28 мая	Фатеж
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	15 июня	Клюква
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	3 июля	Курск
Первенство Курской области по кроссу - 3 этап	14-16 июля	Железногорск
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	7 августа	Моква
Чемпионат и первенство Курской области по кроссу - финал	9-10 августа	Курск

Наименование мероприятия	Дата мероприятия	Место проведения
Традиционные соревнования по трофи-рейдам - Финал	5-6 сентября	Курчатов
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	14 октября	Золотухино
Традиционные соревнования Курской области по кольцевым гонкам	29 октября	Полянское

Используя данную информацию, было принято решение сформировать туристический продукт на основе одного из проводимых мероприятий – «Кубок Курской области по ледовым гонкам». Мероприятие состоит из четырех этапов, проводящихся с 7 по 17 февраля, всего 10 дней. Это оптимальный период для создания тура, включающего в себя посещение полного комплекса мероприятий, а также знакомство туристов с городом.

Ледовые гонки - группа дисциплин автомобильного спорта, представляющих собой скоростные соревнования с одновременным стартом (гонки), в которых определяющим является порядок пересечения контрольной (финишной) линии, количество пройденных кругов и время прохождения дистанции, проводимые на кольцевых (замкнутых) трассах, закрытых для постороннего движения, имеющих ледовое или снежное покрытие и соблюдающих соответствующие требованиям к ним. Все гонки проводятся на основании регламента, на трассах, имеющих лицензию, под контролем Российской автомобильной федерации.

После распада СССР в начале 90-х автомобильный спорт в нашей стране пришлось восстанавливать буквально по крупицам. Но нашлись энтузиасты, благодаря кому мы сейчас можем наблюдать за развитием множества гоночных дисциплин. Сейчас наши соотечественники участвуют в самых крупных соревнованиях, проводимых по всему миру. Основа в их нынешний успех была заложена именно в то непростое время, когда восстанавливались автоспортивные школы, строились автодромы.

За четверть века отечественный автоспорт пережил немало сложных моментов, но неизменно собирал под своим крылом армию ярких личностей: мастеровитых гонщиков, умелых инженеров, грамотных организаторов соревнований – энтузиастов, бесконечно влюбленных в автомобильный спорт.

Российская автомобильная федерация, которой в этом году исполнилось 25 лет, занимается проведением таких гонок достаточно давно. Масштабные соревнования, проводимые в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Казани и Екатеринбурге уже полюбили не только жителям нашей страны, но и зарубежным гостям.

В Курской области ледовые гонки проводятся не так давно – всего 7 лет. Ранее это было связано с недостаточным финансированием, большая часть расходов лежала на плечах водителей. Однако, в последние годы появились инвесторы, готовые поддерживать автомобильный спорт, и сейчас область показывает отличные результаты по проведению таких мероприятий.

Помимо основной цели – посещения спортивного состязания, программа тура предлагает дополнительные экскурсии и развлекательные мероприятия. Для тура была разработана программа, детально описывающая характер предоставляемых услуг (табл. 14).

Таблица 14 – Программа событийного тура «Ледовое шоу» 14 дней/13 ночей с 6 февраля по 19 февраля 2017 года

Время	Программа
<b>День 1. Понедельник, 6 февраля</b>	
9:00	Встреча прибывших туристов в аэропорту г. Курск
10:00	Размещение в номерах 3* гостиничного комплекса «Белая Акация», завтрак (шведский стол)
11:00-13:30	Обзорная экскурсия по городу на автобусе

Время	Программа
14:00	Обед в кафе «Белый аист»
15:00-17:30	Посещение музея истории автомобильного спорта, расположенного по адресу г. Курск, ул. Бойцов 9-й дивизии, д. 6. Здесь путешественникам будет в подробностях рассказано обо всех важных событиях в истории автоспорта, начавшихся в далеком 1894 году и продолжающихся по сей день. Музей располагает несколькими раритетными автомобилями, принимавшими участие в состязаниях, огромным количеством увлекательных фото- и видео-материалов.
18:00	Ужин в ресторане гостиничного комплекса
19:00	Свободное время, предлагается групповое посещение развлекательных заведений совместно с гидом
<b>День 2. Вторник, 7 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Отъезд в г. Курчатов
11:00-17:00	Первый этап соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам». Проводится в пригороде г. Курчатов
18:00	Возвращение в г. Курск, ужин в ресторане гостиничного комплекса
19:00	Свободное время
<b>День 3. Среда, 8 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Отъезд в г. Курчатов

Время	Программа
11:00-17:00	Продолжение первого этапа соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
18:00	Возвращение в г. Курск, ужин в ресторане гостиничного комплекса
19:00	Свободное время
<b>День 4. Четверг, 9 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00-17:00	Посещение аукциона-выставки современных гоночных и ретро-автомобилей на территории крытого южного Авторынка г. Курск, проводятся развлекательные мероприятия, местные любительские мини-соревнования для автомобилей городского типа с улучшенными характеристиками.
18:00	Ужин в кафе «Пятое Колесо» на территории Авторынка
19:00	Свободное время
<b>День 5. Пятница, 10 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Поездка на автодром д. Моква Курской области
11:00-17:00	Второй этап соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
18:00	Ужин в кафе «Магнолия», д. Моква
19:00	Возвращение в г. Курск, свободное время
<b>День 6. Суббота, 11 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Поездка на автодром д. Моква Курской области

Время	Программа
11:00-17:00	Второй этап соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
18:00	Ужин в кафе «Магнолия», д. Моква
19:00	Возвращение в г. Курск, свободное время
<b>День 7. Воскресенье, 12 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Поездка на территорию Курского городского автодрома
10:30-17:30	Посещение мероприятия по обучению вождению с тренерами как для новичков, опытных водителей, так и уроки экстремального вождения и обучение гоночным навыкам для профи. Оплата индивидуально туристом в связи с разной стоимостью обучения в зависимости от навыков и времени тренировок – от 500 до 3000 рублей. Впоследствии под контролем тренеров туристы будут допущены к мини-соревнованиям друг с другом.
18:00	Ужин в ресторане при гостиничном комплексе
19:00	Свободное время
<b>День 8. Понедельник, 13 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Отправление в г. Льгов Курской области
11:00-17:00	Третий этап соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
18:00	Ужин в кафе «Оригами» г. Льгов
19:00	Возвращение в г. Курск, свободное время
<b>День 9. Вторник, 14 февраля</b>	

Время	Программа
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Отправление в г. Льгов Курской области
11:00-16:00	Продолжение третьего этапа соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
16:30-17:30	Обзорная экскурсия по г. Льгов на автобусе
18:30	Ужин в кафе «Оригами» г. Льгов
19:30	Возвращение в г. Курск, свободное время
<b>День 10. Среда, 15 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00	Поездка в горнолыжный курский клуб «Хуторская Горка».
10:40-17:30	«Хуторская Горка» - специально оборудованная площадка для катания на лыжах, сноуборде. Разные по уровню сложности горнолыжные трассы. Каток для катания на коньках. 2 канатные дороги. Помощь инструктора. Стоимость входного билета включена в стоимость туристической путевки. В конце дня для всех желающих устраиваются мини-соревнования.
18:00	Ужин в ресторане гостиничного комплекса
19:00	Свободное время
<b>День 11. Четверг, 16 февраля</b>	
8:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
9:00	Отъезд в г. Железногорск Курской области
10:30	Прибытие, размещение в гостевых домах. Гостям предоставляются теплые комнаты со всеми условиями, индивидуальным сан. узлом и общей кухней.

Время	Программа
11:00	Начало финального этапа соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
14:00	Обед в кафе на территории гостевого лагеря
15:00-17:00	Продолжение финального этапа соревнований
17:30	Ужин в кафе на территории гостевого лагеря
18:00	Тематические мероприятия на территории гостевого лагеря, свободное время
<b>День 12. Пятница, 17 февраля</b>	
9:00	Завтрак в кафе на территории гостевого лагеря
10:00-15:00	Продолжение заключительного этапа соревнований «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
15:00-18:00	Награждение победителей, выступление гонщиков, беседа с участниками, фото на память
19:00	Ужин в кафе на территории гостевого лагеря
20:00	Свободное время
<b>День 13. Суббота, 18 февраля</b>	
9:00	Завтрак в кафе на территории гостевого лагеря
10:00-13:00	Посещение городских мероприятий по поводу окончания ежегодного соревнования «Кубок Курской области по ледовым гонкам»
14:00	Обед в кафе «Городок» г. Железногорск
15:00-17:00	Экскурсия по городу Железногорск на автобусе
17:30	Отъезд в г. Курск
19:00	Прибытие, ужин в ресторане при гостиничном комплексе
20:00	Свободное время

Время	Программа
<b>День 14. Воскресенье, 19 февраля</b>	
9:00	Завтрак в гостинице (шведский стол)
10:00-14:00	Свободное время, посещение сувенирных магазинов
15:00	Обед в ресторане «Дружба», проводы туристов в аэропорт

Данный демонстрационный вариант туристического путешествия, помимо основной цели - поездка на спортивное мероприятие регионального масштаба, охватывает и другие тематические мероприятия в нескольких городах области, знакомит туристов с местными достопримечательностями и может оказать влияние на привлечение туристов в область. Данная программа может быть использована туристическими компаниями в качестве нового туристического маршрута.

Немаловажным аспектом формирования нового туристического продукта является его экономическое обоснование. Для исчисления себестоимости продукта используется калькулирование - расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией туристического продукта.

### **3.2 Экономическое обоснование производства и реализации событийного тура "Ледовое шоу" в Курской области**

Туристический продукт рассчитан на группу из 20 человек. Для полного и точного расчета себестоимости и продажной стоимости тура необходимо выделить и перечислить статьи расходов.

1. *Проживание.* 13 суток в 3\* гостинице «Белая Акация». Стоимость проживания 700 рублей/сутки на человека. Таким образом, для каждого туриста проживание будет стоить  $700 \cdot 13 = 9100$  рублей. Для группы из 20 человек  $9100 \cdot 20 = 182000$ .

2. *Проживание II.* 2 суток в гостевом доме г. Железногорск стоимостью 200 рублей/сутки на человека. То есть, для каждого туриста 2 ночи

будут стоить  $200*2=400$  рублей, а для группы из 20 человек  $400*20=8000$  рублей.

3. *Транспортные расходы.* На период нахождения туристов в Курской области заказывается автобус, суммарное количество часов – 28,5. Стоимость заказного автобуса марки Mercedes Sprinter вместимостью 20 человек составляет 700 рублей/час. Таким образом  $28,5*800=19950$  для группы, или 997 рублей на человека.

4. *Питание туристов.* Путешественников обслуживают несколько заведений: пригостиничный ресторанный комплекс и городские/областные предприятия общепита примерно одинакового уровня. План питания составлен таким образом, что на питание каждого человека выделено 500 рублей в сутки, при этом рацион туристов обогащен всеми необходимыми витаминами, сочетаются мясные и овощные блюда, различные горячие и прохладительные напитки. Стоит принять во внимание, что алкогольная продукция заказывается в заведениях по желанию туриста и оплачивается индивидуально. Тем самым, стоимость питания составит 7000 рублей с человека, или  $7000*20=140000$  рублей для группы.

5. *Сопровождение.* Заработная плата гида-экскурсовода, сопровождающего группу, равна 1000 рублей в день, включая начисления на заработную плату, то есть, за 14 календарных дней ему будет выплачено 14000 рублей.  $14000/20=700$  рублей с человека за услуги гида.

6. *Развлекательная программа.* Стоимость входного билета на все этапы соревнования «Кубок Курской области по ледовым гонкам» составляет 2500 рублей на человека, или 50000 на группу.

7. *Развлекательная программа II.* Катание на горнолыжном курорте «Хуторская Горка». Стоимость 1 дня катания составляет 400 рублей на человека, прокат снаряжения включен в стоимость. Итого для группы из 20 человек это будет стоить  $400*20 = 8000$  рублей.

8. *Развлекательная программа III.* Стоимость похода в музей составляет 100 рублей с человека, или  $100*20=2000$  рублей с группы.

Таким образом, общая стоимость развлекательных мероприятий составит  $2500+400+100 = 3000$  рублей/чел. или 60000 рублей на группу.

Городские экскурсии на автобусе входят в стоимость тура по статьям «сопровождение» и «транспортные расходы».

Аукцион-выставка предполагает свободный вход для всех желающих. Такие мероприятия нередко проводятся в г. Курск на бесплатной основе для привлечения аудитории и приобщения молодого поколения к культуре автомобильного спорта. Основные расходы такого мероприятия покрывает процент от продажи автомобилей, представленных на аукционе.

Поездка на автодром с целью обучения вождению оплачивается индивидуально туристами в зависимости от выбранного курса занятий. Об этом уведомлено в программе тура.

Помимо этого, в стоимость тура не включены транспортные расходы, связанные с перелетом в г. Курск из начального пункта, т.к. компания, предлагающая тур, является принимающей стороной, и полностью сопровождает группу на территории Курской области, а услуги по сопровождению туристов из начальной точки до г. Курск не оказывает. Предполагается либо самостоятельное передвижение до г. Курска, либо использование услуг туристических компаний других городов, где проживают туристы.

Подсчитав общий итог по всем статьям расходов, можно сделать вывод:

Общая сумма прямых затрат составила 21197,5 рублей на человека, или 423550 рублей на группу. Но это еще не конечная себестоимость продукта.

После подсчета прямых затрат рассчитаем косвенные затраты – расходы на содержание туристической организации. Сюда входит аренда помещения, заработная плата сотрудников, амортизация оборудования, содержание офиса, различные финансовые отчисления в соответствующие структуры, оплата связи и иные статьи расходов в зависимости от структуры фирмы. Косвенные расходы рассчитаем, как 10% от итоговой суммы прямых затрат.

Таким образом, косвенные затраты будут равны:

$423550 * 0,1 = 42355$  рублей.

Тогда полная себестоимость, которая складывается из прямых и косвенных затрат, будет равна:

$423550 + 42355 = 465905$  рублей на группу, или  $23295,25$  рублей на человека.

Для того чтобы тур был рентабелен для туристической фирмы и оптимален для клиента, размер прибыли будет определен, как 10% от себестоимости продукта. Таким образом, прибыль равна:

$465905 * 0,1 = 46590,5$  рублей для группового тура и  $2329,5$  рублей с каждого человека.

Теперь можно сформировать продажную цену тура. Она будет составлять сумму себестоимости и сумму прибыли, которую планируется получить от продажи тура:

$465905 + 46590,5 = 512495,5$  рублей для группы туристов из 20 человек, или  $25625$  рублей для 1 человека.

На основании вышеизложенной себестоимости услуг сформирована и приведена калькуляция себестоимости туристического продукта в виде таблицы (Табл. 15):

Таблица 15 – Расчет себестоимости турпродукта "Ледовое шоу"

Наименование калькуляционных статей	Показатели стоимости на человека, в руб.	Показатели стоимости на группу из 20 человек, в руб.
Проживание	9500	190000
Транспортные расходы	997,5	19550
Питание	7000	140000
Сопровождение	700	14000
Развлекательные мероприятия	3000	60000
Итого прямых затрат	21197,5	423550

Наименование калькуляционных статей	Показатели стоимости на человека, в руб.	Показатели стоимости на группу из 20 человек, в руб.
Косвенные затраты турфирмы (10%)		42355
Полная себестоимость	23295,25	465905
Прибыль (10%)	2329,5	46590,5
Продажная цена	25625	512495,5

Помимо подробной калькуляции туристического продукта, необходимо выделить такой важный аспект разработки турпродукта и одну из статей постоянных затрат, как маркетинговое продвижение продукта.

В связи с тем, что предложение разработано для иногородних туристов, предполагается размещение рекламы на региональном телевидении (Центральный Федеральный Округ) и посредством сети интернет. Поскольку направление новое, на данном этапе нерентабельно размещение рекламы на телевизионных каналах, охватывающих аудиторию всей страны в связи с высокой стоимостью и возможными рисками. В дальнейшем при успешном продвижении продукта и получении ожидаемой прибыли планируется его реклама на уровне всей страны, а также приграничных стран (г. Курск расположен вблизи от Украины и Республики Беларусь). Помимо этого, реклама о предстоящем мероприятии будет размещена в автомобильном журнале, принадлежащему сети магазинов автозапчастей, где как раз и собирается целевая аудитория таких соревнований.

#### 1. Реклама на телевидении

Исходя из бюджета и анализа целевой аудитории был выбран канал СТС, вещающий на территории ЦФО. В Состав Центрального Федерального Округа входят Москва и МО, Курская, Белгородская, Воронежская, Тульская, Брянская, Владимирская, Ивановская, Калужская, Костромская, Липецкая и Орловская области, а также Рязанская, Смоленская, Тамбовская, Тверская и

Ярославская области. Канал СТС известен среди населения довольно давно, программа передач предлагает разнообразные фильмы и передачи для разной аудитории. Среди них весомое количество занимает платежеспособное население от 20 до 50 лет.

Стоимость рекламы в период с 06:00 до 18:00 составляет 60р./сек<sup>23</sup>. Для предполагаемого рекламного ролика длительностью в 5 секунд стоимость одного выхода составит 300 рублей. Выделив на рекламу 30000 рублей, мы получим 100 показов ролика на телевидении за предполагаемый месяц проведения рекламной кампании, или 25 показов в неделю.

## 2. Реклама в социальных сетях

Для продвижения тура среди пользователей интернета была выбрана социальная сеть «ВКонтакте», известная по всему миру и насчитывающая 314 млн посетителей в месяц, согласно статистике LiveInternet<sup>24</sup>.

Социальная сеть "ВКонтакте" является мощной рекламной площадкой, плюсом которой является такой аспект, как разделение целевой аудитории по интересам и иным факторам. Один из SMM-сервисов, рекламная биржа Sociate.ru, занимающаяся продвижением информации рекламного характера в социальных сетях, предлагает подробный прейскурант цен, в зависимости от посещаемости и численности сообщества, в котором планируется давать рекламу. По сути эта площадка представляет собой посредника между администратором сообщества «ВКонтакте» и рекламодателем. Таким образом, исходя из анализа посещаемости различных сообществ по интересующей тематике (табл. 16), было принято следующее решение по поводу выбора средств размещения рекламы:

---

<sup>23</sup> Телеканал СТС-Курск/Цены. [Электронный ресурс] Режим доступа: [ctkursk.ru/biz/price](http://ctkursk.ru/biz/price)

<sup>24</sup> Статистика и дневники, почта и поиск [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru)

Таблица 16 – Стоимость размещения рекламы "Вконтакте"<sup>25</sup>

Название сообщества	Численность, чел.	Посещений в сутки, чел.	Стоимость, руб.
Top Gear	650000	110254	3500
Motor World	540000	89611	2500
ENGINE	218000	41555	1500
Клуб хороших водителей	114000	28200	1000
NASCAR	94000	19650	600
Полный бак	78000	10890	300
Автомобильный журнал GO	54000	8944	200
Форсаж	21000	6511	150
Автомобильная энциклопедия	18000	2940	100
Новости Авто.ру	16300	2451	50
SpeedOn	10100	1030	10

2.1 Реклама в небольших сообществах численностью ниже 50000 человек. Такие сообщества нечасто пополняются контентом, и, как правило, стоимость размещения невысока – в среднем 20 рублей/выход. Таким образом, рекламное сообщение еще несколько дней будет находиться практически на «золотой полке» страницы. Разместив такую рекламу в 20 мелких сообществах 5 раз за месяц, будет потрачено 2000 рублей.

2.2 Наряду с мелкими сообществами следует разместить рекламные объявления в более крупных, численностью от 200000 до 700000 человек. Естественно, тематика сообщества должна совпадать с предлагаемым нами туром. Стоимость рекламы в таком сообществе в среднем стоит 1500 рублей/выход. Содержимое пополняется очень часто, но, благодаря высокой посещаемости сообщества, рекламное сообщение сможет увидеть большое количество человек. Итак, разместив рекламу в двух таких сообществах 4 раза в

<sup>25</sup> Биржа рекламы в группах ВКонтакте, одноклассники.ру [Электронный ресурс] Режим доступа: sociate.ru

месяц, затраты составят 12000 рублей. Таким образом, общие затраты на рекламу в интернете составят 14000 рублей.

### 3. Автомобильный журнал «Поехали! По России с Автодок»

Сеть магазинов автозапчастей «Автодок» работает во многих городах страны (Рис. 12).

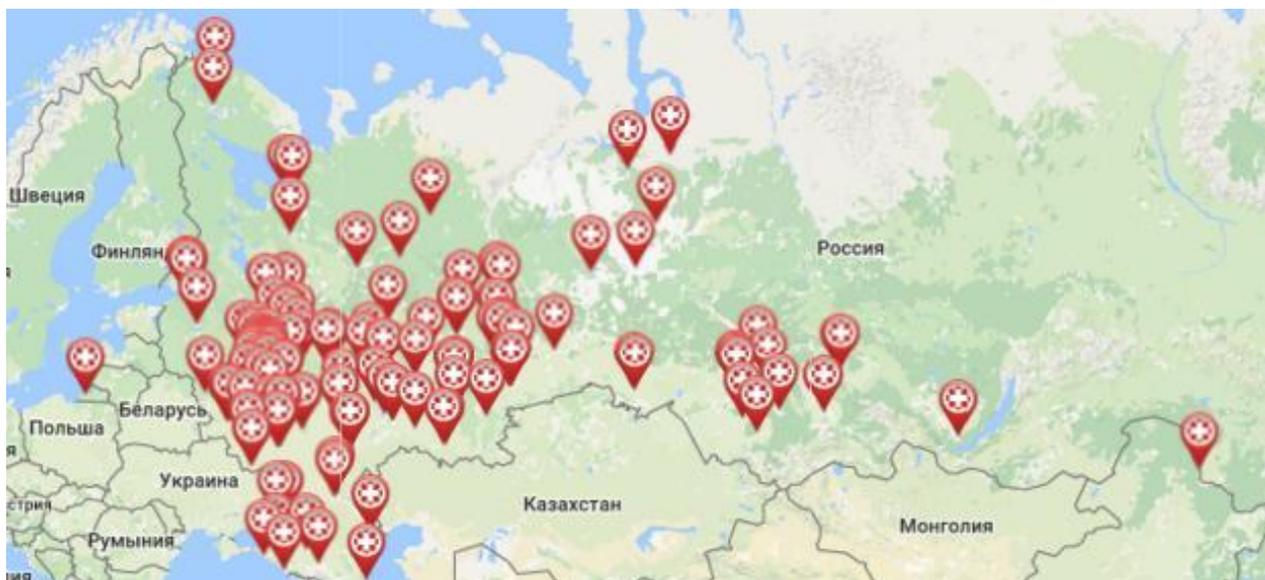


Рисунок 12 – Магазины «Автодок» на карте России

Компания занимается продажей автозапчастей оптом и в розницу, среди клиентов присутствуют как и рядовые автолюбители, так и владельцы мелких магазинов автозапчастей, станций техобслуживания, и тех, кто так или иначе связан с автомобильным бизнесом. Компания производит свою печатную продукцию – журнал «Поехали! По России с Автодок», который выходит ежемесячно и распространяется на бесплатной основе среди клиентов магазина. Формат традиционный – глянцевое издание, включающее в себя 35 страниц, наполненных различными статьями о новинках в автомобильном мире и рекламными объявлениями (Рис. 13). Стоимость размещения 1/4 полосы в номере составляет 4000 рублей. Журнал распространяется в сети магазинов «Автодок», а также на станциях техобслуживания, являющимися партнерами компании. В ожидании выдачи запчастей или ремонта автомобиля клиент непременно прочтет журнал. С точки зрения рентабельности этот метод продвижения продукта я считаю наиболее выгодным.



Рисунок 13 – Журнал «Поехали! По России с Автодок» Декабрь 2016

Таким образом, общие затраты на рекламу при использовании всех трех способов ее размещения составят  $4000+14000+30000=48000$  рублей (табл. 17).

Таблица 17 – Затраты на проведение рекламной кампании турпродукта "Ледовое шоу"

Рекламная площадка	Стоимость в месяц, руб.
Телевидение	30000
Социальные сети	14000
Печатная продукция	4000
<b>Итого:</b>	<b>48000</b>

Необходимо выяснить, при продаже какого количества путевок туристическая фирма сможет покрыть эти затраты. Для этого используем формулу:

$$Q_{кр} = \text{Затраты на рекламу} / (\text{Цена путевки} - \text{Прямые затраты}), \quad (1)$$

$$Q_{кр} = 48000 / (25625 - 21197,5) = 10,8$$

Отсюда следует, что после продажи 11 индивидуальных туристических путевок туристическая фирма покроет затраты на реализацию данного турпродукта.

Так как это не единичное спортивное мероприятие такого масштаба, проводящееся в Курской области (календарь приведен в главе 2), можно прогнозировать стремительное развитие в Курской области такого направления, как спортивно-событийный туризм в области автомобильного спорта. Несмотря на то, что подобные туры считаются разовыми, подобный туристический продукт будет рентабелен, так как это абсолютно новое направление, и ни одна из туристических фирм г. Курска не предлагает подобных туров. Одно такое предложение повлечет за собой внедрение и других подобных предложений в течение всего года.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предметом бакалаврской работы является изучение такого направления туризма, как событийный. Были поставлены задачи, направленные на исследование и анализ текущего состояния и возможностей развития событийного туризма как на уровне Российской Федерации, так и в отдельно взятом регионе на примере Курской области, входящей в состав Центрального Федерального Округа. В работе был рассмотрен один из видов событийного туризма – спортивно-событийный, направленный на посещение спортивных мероприятий: соревнований, игр, гонок, шоу и пр.

По итогам проделанной работы можно сделать выводы: во-первых, событийный туризм, одно из направлений туризма, направленное на посещение определенного места в определенное время, включающее в себя посещение какого-либо мероприятия, имеет огромный потенциал для развития, благодаря неисчерпаемой ресурсной базе и является новым и очень интересным направлением.

Во-вторых, спорт в современных условиях является неотъемлемой частью жизни человека, все больше и больше людей различных возрастов занимаются спортом, среди них с каждым годом возрастает число спортивных болельщиков. На этой почве благоприятно складывается развитие такого направления, как спортивно-событийный туризм, направленный на посещение спортивных зрелищ, соревнований, конгрессов и семинаров спортивной науки.

В третьих, формирование организационно-экономической системы спортивно-событийного туризма призвано обеспечить развитие целого комплекса смежных отраслей экономической деятельности: промышленность, образование, здравоохранение, сферы торговли и услуг, обеспечить население рабочими местами, повысить интерес к стране или региону, сделать его узнаваемым.

К тому же, специфика событийных туров в том, что спрос превышает предложение. Потребитель сам заинтересован в поиске конкретного тура.

Помимо этого, событийные туры не являются «одноразовыми» в сравнении с экскурсионными, культурно-познавательными или рекреационными, т.к. каждое событие уникально. Но, тем не менее, формирование событийных туров посредством включения в них экскурсионной программы культурно-познавательного характера, например, попутного посещения местных достопримечательностей, позволит развивать и другие направления туризма.

Что касается состояния событийного туризма в Российской Федерации, на сегодняшний день данная отрасль развита слабо, причинами чего являются неразвитая транспортная инфраструктура в большинстве регионов, низкая квалификация специалистов сферы услуг и слабая реализация трудового потенциала, недостаточное информационное освещение и продвижение туристического продукта, неиспользование колоссальных событийных ресурсов. Развитие событийного, а также спортивно-событийного туризма на уровне региона в работе рассмотрено на примере Курской области. В области проводится достаточно большое количество мероприятий, многие из которых могут послужить базой для формирования туристических продуктов событийной направленности. В области хорошо развит автомобильный спорт, как на уровне любителей, так и при поддержке Российской Автомобильной Федерации на официальном уровне. Маркетинговое исследование посредством анкетирования, что существует немалое количество заинтересованных в организованном посещении подобных мероприятий и имеющих к этому неподдельный интерес, однако, многие недостаточно информированы о проводимых мероприятиях.

На основе изучения состояния событийного туризма в регионе был сформирован тур, направленный на посещение комплекса автомобильных соревнований, проводимых в Курской области при поддержке Российской Автомобильной Федерации, включающий в себя также различные экскурсии, связанные с автомобильной тематикой. Программа тура с подробным описанием каждого дня путешествия представлена в работе. Помимо этого,

представлен расчет финансовых показателей турпродукта, доказывающий его рентабельность.

В целях повышения качества информирования жителей соседних регионов о туристическом продукте предлагается комплекс мер по продвижению продукта. В него входит реклама на телевидении, реклама в сообществах социальных сетей и реклама в известном автомобильном журнале. Это позволит повысить интерес к проводимым мероприятиям и окупится уже после продажи 11 туристических путешествий.

В целом, проведенное исследование показало, что такое направление, как событийный туризм, непременно нуждается в развитии и имеет огромный потенциал к этому, однако, к сожалению, из-за ряда факторов на текущий момент отрасль развита очень слабо.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Александрова, А.Ю. География мировой индустрии туризма / А.Ю. Александрова. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1998. – 464 с.
- 2 Александрова, А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М. : Аспект-Пресс, 2008. – 470 с.
- 3 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие / А.В. Бабкин. – Ростов-на Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
- 4 Бизимова, И.Н. Событийный туризм как особый вид туризма / И.Н. Бизимова, Т.Ю. Анисимов // Вестник Иркутского университета, 2006. – Специальный выпуск. – С. 177-178.
- 5 Бриггс, С. Маркетинг в туризме. / С. Бриггс. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 371 с.
- 6 Вилькин, Я.Р. Организация работы по массовой физической культуре и спорту: Учеб. пособие для ин-тов физ. культ. / Я.Р. Вилькин, Т.М. Каневец. — М. : Физкультура и спорт, 1985. — С.105-137.
- 7 Даринский А.В. Туристические районы Российской Федерации и Ближнего зарубежья / А.В. Даринский. – СПб, СПбГУ, 2005.
- 8 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 124 с.
- 9 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 1999. – 644 с.
- 10 Киреева, Ю.А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке / Ю.А. Киреева // Научный вестник МГИИТ. – 2010. – №6. – С. 16-21.
- 11 Коновалов, А.В. Проблемы и возможности развития спортивно–событийного туризма / А.В. Коновалов // Концептуальные основы развития туризма и туристского сервиса. Сборник научных статей и докладов Всероссийской научно–практической конференции «Современные проблемы

развития туризма и туристского сервиса» В 2 ч., ч. 2. – СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2005. –178 с.

12 Международный туризм: правовые аспекты / сост. Н.И.Волошин. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 400 с.

13 Морозова, Н.С. Реклама в социально – культурном сервисе и туризме / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. - М.: Невский фонд, 2002. – 333 с.

14 Неживенко, Е.А. Актуальные проблемы исследования конкурентоспособности российских регионов / Е.А. Неживенко // Вестник Южно-Уральского профессионального института. – 2012. – Т. 7. – № 1. – С. 83–95.

15 Папирян, Г.А. Экономика туризма / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 219 с.

16 Печерица, Е.В. Потенциал формирования гостиничного кластера в регионах Северо-Западного федерального округа / Е.В. Печерица // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 20. – С. 53–68.

17 Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А. Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок / И.А. Романова, В.В. Анисимова, Т.А. Рововая // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. Т.1. №1. – С. 415-419.

18 Самойленко, А. А. География туризма: Учеб. Пособие / А. А Самойленко. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 368 с.

19 Сенин, В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 400 с.

20 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика / Стоянова Е.С. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2002. – 346 с.

21 Труды Академии Туризма: сб. научных трудов. / Под ред. Ю. В. Кузнецова, А. Т. Киррилова, Г. А. Карповой, Н. Н. Воскобойниковой, Е. В. Масловой. – СПб.: Изд-во «Невский Фонд», 2002. – Вып.3, Вып.4. – 295 с.

22 Федотов, Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков. – М.: Советский спорт, 2002. – 364 с.

23 Черникова, Ю.В. Формирование туристского продукта в условиях применения новых информационных технологий / Ю.В. Черникова. – СПб. : Изд-во Санкт- Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2003. – 664 с.

24 Щеглова, С.Е. Динамика и тенденции развития туризма в России / С.Е. Щеглова // Социальная политика и социология. – 2008. – №2. – С.175-179.

25 Ягодин, В.П. Менеджмент туристических организаций. / В.П. Ягодин. – М: Юристъ, 2002. – 211 с.

26 Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма / Г.А. Яковлев. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 240 с.

27 Администрация Курской области : офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://adm.rkursk.ru/>. – 19.12.2016.

28 Курский областной центр туризма : офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.turcentrkursk.ru/](http://www.turcentrkursk.ru/). – 15.12.2016.

29 Российская Автомобильная Федерация : офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.raf.su/](http://www.raf.su/). – 16.12.2016.

30 Социальная сеть "ВКонтакте" Сообщество №7331 "ТУРИЗМ - ЭТО СТИЛЬ ЖИЗНИ" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vk.com/club7331/>. – 12.01.2017.

31 Тартакынов, Ф.Н. Спортивно-событийный туризм в РФ: пути развития [Электронный ресурс] / Ф.Н. Тартакынов, Н.С. Шкурко. – Якутск: Северо-Восточный федеральный ун-т им. М.К. Аммосова. – Режим доступа : [http://grani3.kznscience.ru/data/documents/2\\_Tartakynov.pdf](http://grani3.kznscience.ru/data/documents/2_Tartakynov.pdf) - 12.12.2016

32 Телеканал СТС-Курск : офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ctckursk.ru/biz/price>. – 16.12.2016.

33 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области: офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kurskstat.gks.ru/>. – 12.12.2016.

- 34 Федеральное агентство по туризму : офиц. сайт [Электронный ресурс].  
– Режим доступа: [www.russiatourism.ru/](http://www.russiatourism.ru/). – 28.12.2016.
- 35 Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций [Электронный ресурс] / Т.А. Фролова. Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. — Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm). – 15.01.2017.
- 36 LiveInternet.ru : Статистика и дневники, почта и поиск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.liveinternet.ru/](http://www.liveinternet.ru/). – 17.12.2016
- 37 RBC.ru : Информационное агентство «РБК-Новости» [Электронный ресурс]. Режим доступа : [www.rbc.ru/](http://www.rbc.ru/). – 26.12.2016.
- 38 Sociate.ru : Биржа рекламы в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sociate.ru/>. – 16.12.2016.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Анкета

Здравствуйтесь, уважаемые читатели и гости сообщества! Прошу уделить несколько минут для участия в опросе, посвященном изучению направления туризма, связанного с определенными событиями в регионе. Все заполненные данные будут использованы исключительно в научных целях.

Спасибо!

1. Как часто Вы путешествуете?

один раз в несколько лет

один раз в год

чаще одного раза в год

2. Как часто Вы выезжаете в другие города, страны с целью посещения определенного мероприятия?

один раз в несколько лет  один раз в год  чаще одного раза в год

4. Какие специфические мероприятия Вы посещали в других странах?

---

---

5. Какие события Вы посещали в России?

---

---

6. Случалось ли Вам бывать в Курской области?

да, периодически приезжаю

да, бывал однажды/пару раз

был проездом

нет, никогда

7. Какие мероприятия Вы посещали в Курской области?

---

---

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

8. Какое мероприятие Вы бы хотели посетить в своем родном городе, не выезжая за его пределы?

---

---

9. Какой тематикой мероприятий Вы интересуетесь?

культура и искусство

бизнес, экономика

музыка и литература

спорт и здоровый образ жизни

модные показы

продуктовые выставки и ярмарки

другое (что именно) \_\_\_\_\_

10. Будут ли Вам интересны организованные туристические путевки, направленные на групповое посещение событий в Курской области, содержащие в себе дополнительные развлекательные мероприятия?

да, непременно воспользуюсь

скорее да, чем нет

нет, у меня есть возможность самостоятельно организовать свой досуг

нет, мне это неинтересно