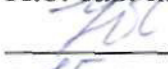


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

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

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
« 15 » июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Событийный туризм как фактор популяризации отдыха в Амурской области

Исполнитель
студент группы 734-об



А.С. Банковская

Руководитель
доцент, к.пед.н.



В.В. Ульянова

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Благовещенск 2021

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

Факультет

международных отношений

Кафедра

международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

подпись

И.О.Фамилия

« 1 » марта 202_ г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента

Банкевской Анны Сергеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Системный туризм как драйвер экономического роста в Амурской области
(утверждена приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 14.06.2021

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: учебная литература, курсовые проекты, статистические данные

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке

вопросов): Системный туризм как перспективное направление спец. видов туризма, тенденции развития спец. туризма в Ам. обл., разработка тура и проезд-й расписание
сост. туризм в Амурской области

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 14 таблиц, 13 рисунков, 3 приложения

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 05.04.2021

Руководитель выпускной квалификационной работы:

Ульянова ВВ к.п.и. доцент

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата):

Васильев
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 61 страницу, 14 таблиц, 13 рисунков, 34 источника, 3 приложения.

ТУРИЗМ, СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА, АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ, РФ, МИРОВОЙ ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ТЕНДЕНЦИИ

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении были поставлены цели и задачи исследования, объект, предмет и методы исследования.

В первой главе анализируется понятие событийного туризма, рассматриваются особенности организации данных туров и современное состояние событийного туризма.

Во второй части работы проанализированы современные тенденции развития событийного туризма в Амурской области.

В третьей главе разрабатывается новый событийный тур, составляется его программа и расчёт стоимости тура, а также предлагаются способы продвижения данного тура.

В данном исследовании используются такие методы познания как методы системного анализа и исследования операций, статистические методы, метод сравнений и аналогий, метод обобщений, метод моделирования, метод экспертных оценок.

Структура бакалаврской работы состоит: введение, 3 главы, заключение, библиографический список, приложения.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Событийный туризм как перспективное направление специальных видов туризма	7
1.1 Событийный туризм: понятие, задачи и виды	7
1.2 Особенности организации событийных туров	13
1.3 Современное состояние событийного туризма в России и за рубежом	15
2 Современные тенденции развития событийного туризма в Амурской области	24
2.1 Анализ факторов определяющих развитие событийного туризма в Амурской области	24
2.2 Проблемы развития событийного туризма в областном центре региона	33
2.3 Региональный маркетинг в событийном туризме и его значение	36
3 Разработка тура и предложений по развитию событийного туризма в Благовещенске	39
3.1 Общая характеристика событийного тура «День города»	39
3.2 Программа и расчет стоимости тура	45
3.3 Способы продвижения тура и предложения по популяризации событийного туризма в Амурской области	48
Заключение	53
Библиографический список	55
Приложение Анкета	60
Приложение Обложка событийного паспорта Амурской области	61
Приложение Ассортимент бренда «Благо»	62

ВВЕДЕНИЕ

Событийный туризм сравнительно недавно стал пользоваться популярностью, его доля в секторе туристских услуг ежегодно увеличивается.

Усилившаяся конкуренция на мировом туристском рынке и проблема сезонности стали основными причинами развития событийного туризма.

По мнению Всемирной туристской организации (ВТО) событийный туризм является эффективным средством в борьбе с сезонностью.

Актуальность темы обусловлена тем, что событийный туризм является одним из популярных и развивающихся видов туризма, Амурская область не исключение, тем более на данный момент закрыты международные границы и поэтому внутренний туризм особо популярен.

Целью событийного тура будет являться посещение какого-либо события, такие как музыкальные и спортивные мероприятия, юбилеи основания городов, ярмарки, природные явления и т.д. Такие путешествия остаются в памяти у туристов надолго.

Целью данного исследования является анализ особенностей событийного туризма для популяризации отдыха в Амурской области

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

- определить понятие и виды событийного туризма;
- рассмотреть событийный туризм как перспективное направление среди специальных видов туризма;
- обозначить основные проблемы и перспективы развития событийного туризма в Амурской области;
- выявить факторы, которые оказывают влияние на развитие событийного туризма;
- разработать событийный тур для популяризации отдыха в Амурской области.

Объект исследования – событийный туризм.

Предмет исследования – развитие событийного туризма для популяризации отдыха в Амурской области.

Значимость данного исследования заключается в развитии событийного туризма в областном центре Амурской области, которое повлечет за собой новых клиентов и закрепит текущее положение на рынке туристских услуг Амурской области.

В данном исследовании используются такие методы познания как методы системного анализа и исследования операций, статистические методы, метод сравнений и аналогий, метод обобщений, метод моделирования, метод экспертных оценок.

1 СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА

1.1 Событийный туризм: понятие, задачи и виды

В настоящее время туризм является одной из самых востребованных отраслей в мире. Люди, они же туристы, преследуют цель увидеть весь мир, узнать больше о разной культуре других стран, об их обычаях, увидеть своими глазами все чудеса света и самые знаменитые достопримечательности. Благодаря этому и существует туризм, который не перестает развиваться – появляются новые виды туризма и направления, и сейчас турист может попасть практически в любую точку мира.

Для того, чтобы рассмотреть основное понятие туризма, обратимся к Федеральному Закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который гласит, что:

«Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.»¹

Существует достаточно много различных видов туризма, и одним из самых успешных на сегодняшний день является событийный туризм. Он стал развиваться относительно недавно, в конце 20 века. Хотя если углубляться в историю, событийный туризм зародился намного раньше, когда люди отправлялись в другие регионы на ярмарки и другие мероприятия.

Целью такой поездки, следуя определению российского учёного и специалиста в сфере туризма М.Б. Биржакова, является посещение какого-либо события, основой которых являются такие мероприятия как ярмарки, спортивные мероприятия, юбилеи городов, открытие новых объектов и т.д.

¹Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Рассмотрим определения «туризм» и «события» в Таблице 1 ниже.

Таблица 1 - Определение туризма и события²

СОБЫТИЕ	ТУРИЗМ
Совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью и значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования.	Совокупность явлений и отношений, возникающих в связи с перемещением и пребыванием людей в местах, которые не являются постоянным местом их жительства, и никак не связанных с их трудовой деятельностью

На основании данной таблицы можно сделать вывод, что событийный туризм – это посещение людьми мест, которые не являются их постоянным местом жительства, с целью получения культурного опыта от посещаемого события.

Изучать событийных туризм следует начать с подходов к его изучению.

Из числа зарубежных авторов, которые занимались изучением событийного туризма, можно выделить Дж. Ритчи, Д. Беливо, Р. Лимнч, А. Вил, Д. Гетц, а также другие исследователи. Исходя из их исследований, событийный туризм стал отдельной отраслью науки со своим терминологическим аппаратом и вскоре стал рассматриваться как самостоятельное направление.

Наши соотечественники так же занимались исследованием событийного туризма, из них можно выделить нескольких авторов, которые предложили свое понятие данного вида туризма.

Н. Ю. Веселова: «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».

² Морозов, В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики [Текст]: Учеб.пособие / В.А. Морозов.- М: ТЕИС, 2004. - 191 с.

Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьев, А.С. Квасов: «Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием».

Е.А. Джанджугазова: «Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара».

Е.В. Калыгина: «Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия».

К.А. Толстогузова, А.П. Дурович: «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».

Н.А. Колодий: «Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран».

Проанализировав вышеперечисленные высказывания, можно сделать вывод о том, что «Событийный туризм» не имеет какого-то одного понятия, скорее всего, это связано с тем, что данный вид туризма изучается относительно недавно. Перечисленные выше авторы рассматривают событийный туризм с одной стороны как вид туристской деятельности, с другой стороны как разновидность туризма.

Таким образом, сформулируем понятие «событийный туризм» - организация отдыха, главной целью которого будет посещение какого-либо события, будь то развлекательный или познавательный характер данного события.

Бабкин А.В. – автор книги «Специальные виды туризма» выделил следующие тематики событийного туризма: национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра,

гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события.

Главной особенностью событийного туризма будет являться то, что ежегодно появляются новые событийные туры, большая часть которых становится регулярными. Событийный туризм имеет большую значимость в социально-культурном продвижении региона. Данный вид туризма выполняет такие функции как побуждение к дальнейшему развитию инфраструктуры определенного населенного пункта, формированию привлекательного имиджа местности, привлечению новых туристов, возрождению «застойных» населенных пунктов.

Событийный туризм считается глобально значимым сектором экономики. В период проведения событийных мероприятий наблюдается активная деятельность всех объектов туризма. Спрос гораздо превышает предложение и наблюдается повышение значимости культурных традиций, обычаев и народного творчества.

Таблица 2 – Типы запланированных мероприятий³

Событие	Пример
Культурные праздники	Фестивали, карнавалы, религиозные мероприятия
Политические и государственные мероприятия	Саммиты, королевские случаи политические события, VIP визиты
Искусство и развлекательная программа	Концерты, церемонии награждения
Бизнес и торговля	бизнес-встречи, выставки, ярмарки
Образовательная, а также научная деятельность	конференции семинары
Спорт соревнование	любительский / профессиональный
Отдых	спорт или игры
Частные события	Свадьбы, социальные мероприятия

В таблице 2 представлена типология основных категорий запланированных мероприятий, основанных в первую очередь на их форме, т.е. очевидные различия в их предназначении и программе. Некоторые предназначены для массового празднования (в эту категорию входят так

³Getz, D. (2005). Event management and event tourism (2nd ed.). New York: Cognizant.

называемые «общественные фестивали»), в то время как другие планируются в целях соревнования, развлечения, бизнеса или общения.

Существуют следующие классификации событийного туризма:

1) По масштабу события:

- международный уровень;
- национальный уровень;
- региональный уровень.

2) 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;
- карнавалы.

В таблице 3, указанной ниже, представлены основные виды событийного туризма.

Таблица 3 – Виды событийного туризма⁴

Событие	Пример
Национальные события	Национальные чемпионаты и соревнования, карнавалы, ярмарки, маскарады, музыкальные конкурсы и фестивали и т.д.
Спортивные мероприятия	Спортивные танцы, бокс, хоккей, фигурное катание, футбольные матчи и т.д.

⁴ СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ: Понятия, виды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=10744>. – 21.04.21

Событие	Пример
Выставки	Выставки в следующей тематике: бизнес, культура, медицина, строительство, реклама и т.д.
Концерты	Музыкальные конкурсы и фестивали, выступления мировых звезд и т.д.

В настоящее время выделяют несколько преимуществ событийного мероприятия: создается такое понятие как единение и принадлежность членов данного мероприятия к чему-то общему; перспективное событие становится брендом, который помогает в дальнейшем в развитии региона; так же событийное мероприятие позволяет осуществлять прямые продажи сувенирной продукции, связанной с проводимыми мероприятиями.

Главными достоинствами событийного туризма являются всесезонность и высокая доходность. Но, к сожалению, в России событийный туризм, который приносил бы прибыль, еще не получил широкого распространения. На данный момент нет таких значимых мероприятий, которые бы регулярно повторялись, и которые бы привлекали не только русских туристов, но и зарубежных.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Одним из недостатков туризма является трудность предсказания спроса на определенное мероприятие или событие.

Событийный туризм выделяет несколько функций:

- 1) развлекательная функция. Эта функция крайне значительна, так как развлечения пробуждают интерес, что немаловажно для туристов и их привлечения;
- 2) коммуникативная функция – общение;
- 3) познавательная функция. Данная функция в процессе участия позволяет узнать новую информацию, определенные знания, получить культурный опыт.

Целевой аудиторией событийного туризма являются не только люди с достатком выше среднего (посещение мероприятия и сама логистика тура относится к категории высокой стоимости), но также и туристы, которые

отправляются в самостоятельное путешествие. На сегодняшний день, прослеживается тенденция популярности самодельных туров, когда турист организует путешествие, не прибегая к услугам туристических фирм.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что событийный туризм является одним из перспективных направлений и неисчерпаем по содержанию.

Таким образом, событийный туризм – это специальный вид туризма, который набирает популярность и имеет широкие возможности для дальнейшего развития. Данный вид туризма очень многообразен, поскольку туристов способны привлечь события самой различной тематики и масштаба. Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию.

1.2 Особенности организации событийных туров

Для того, чтобы приступить к проектированию туристского продукта необходимо учесть и проработать все детали, а это: расположение гостиницы, ее архитектура, интерьер номеров, пункты питания, ближайшие магазины, достопримечательности в округе и т.д. От перечисленных условий несомненно зависит и цена турпродукта.

Событийный туризм строится на четкой концепции и тщательно подобранной программе тура. Данный вид туризма предусматривает возможность определенного участия туристом в событии. Также необходимо отметить то, что организация событийного тура зависит полностью от целевого события.

После принятия решения, каким будет целевое событие, уже можно понять, на какой сегмент потребителей нужно ориентироваться, и после этого уже анализировать какие средства размещения, питания и т.д. будут наиболее подходящими. Это позволяет грамотно разработать и реализовать тур и его продвижение.

Главным преимуществом событийного тура будет являться предоставление возможности прохода за кулисы на каких-либо концертах,

сувениры, раскрывающие тематику определенного события и другие привилегии.

При разработке событийного турпродукта туроператор может чётко определиться с сегментом потенциальных потребителей. Когда туроператор знает, для кого проектируется турпродукт, легче составить эффективную рекламную программу продвижения.

Событийные туры, как правило, являются непродолжительными, чаще всего это тур выходного дня.

Перед тем как организовывать событийный тур необходимо учесть следующие факторы, которые могут возникнуть:

- трудности с размещением большого количества человек;
- срок получения визы;
- большие финансовые вложения;
- короткий срок проведения мероприятий или событий.

Так же необходимо обратить внимание на следующие факторы:

- четкое определение временных рамок туриста на определённом событии;

- четкая и тщательная проработка оперативного плана тура, т.е. где туристы будут питаться, как далеко находятся предприятия питания от объектов следования, куда именно водить группу туристов и т.д.;

- учет всех элементов конкретного события;
- обсуждение дополнительных услуг с туристами;

- управление рисками и их проработка, туроператор обязан проработать все варианты возможных рисков и подготовить наиболее подходящие пути для решения возникших проблем.

Для того чтобы эффективно продвигать туристский продукт на рынок туристских услуг необходимо определить события, которые регулярно проводятся и представляют интерес для данной целевой аудитории.

Значимость в данном направлении туризма имеют сложившиеся традиции и обычаи, церемонии и обряды, которые формируются в течение

длительного времени, и которые определяют и регулируют деятельность и жизнь человека в целом.

Особую значимость в данном процессе имеют традиции и обычаи, сопровождающие их церемонии и обряды, нарабатываемые в обществе в течение длительного времени, которые в значительной мере определяют и регулируют жизнь и деятельность человека. В туристической деятельности стали активно использоваться сложившиеся традиции и обычаи. Часто они являются составной или основной частью туристского продукта. Если событийные туры регулярно повторяются, следовательно, формируются постоянно устойчивые туристские потоки.

Еще стоит сказать о том, что большую роль при продвижении событийного турпродукта играет масштаб события и его популярность. Если событие наиболее известно среди разных регионов страны или даже среди стран, то его будет в дальнейшем легче продвигать на рынок туристских услуг. В таком случае, туристы сами будут искать туристическую компанию для предоставления турпродукта на определенное событие.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что Россия может улучшить положение туристической инфраструктуры, увеличивая объемы событийного туризма, вместе с этим появятся новые рабочие места, улучшится экономика страны, так как событийный туризм экономически привлекателен для туристических организаций. Событийный туризм помогает решить проблемы с сезонностью отдыха и приносит стабильный доход. Событийный туризм всегда будет актуален и не исчерпает себя, так как существует достаточно много событий, к которым можно было бы привязать событийный тур.

1.3 Современное состояние событийного туризма в России и за рубежом

На сегодняшний день событийный туризм является одной из ведущих и развивающихся отраслей. В некоторых странах данное направление туризма занимают лидирующую позицию.

Событийный туризм влияет на транспортную инфраструктуру и коммуникации, на строительство, на сельское хозяйство, на производство сувенирной продукции и многое другое. Можно сказать, что он является частью финансового формирования страны или региона. В последнее время событийный туризм привлекает большое количество туристов, в связи с тем, что данный вид туризма даёт возможность посмотреть на знаменитые туристские дестинации с другой стороны. Считается, что простого знакомства со страной недостаточно для формирования общего облика страны в целом, туристы хотят получить как можно больше от путешествия.

Для того чтобы понять какую роль в настоящее время уделяют развитию событийного туризма и насколько востребованы туры с этой целью ниже на рисунке 1 представлены данные центра социально-экономического исследования 2020 года относительно доли туристских компаний РФ занимающихся тем или иным видом туризма.

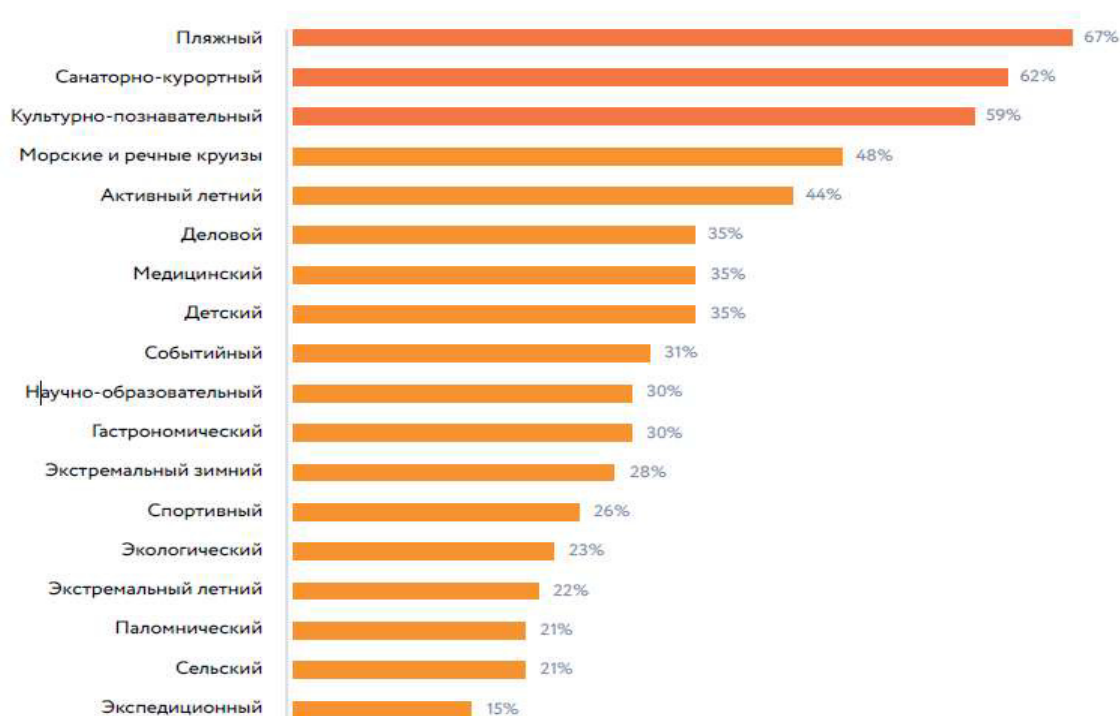


Рисунок 1.1 - Доля компаний в РФ, которые занимаются определенным видом туризма

По данным рисунка 1 видно, что событийный туризм занимает 31% у туристических компаний, например, в сравнении с экологическим – 23%,

данный результат сравнительно выше, что говорит о существующем спросе среди туристов на данное направление, соответственно поэтому турфирмы все чаще формируют новые предложения с этой целью.

Несмотря на тот факт, что туроператоры имеют большую заинтересованность в развитии наиболее распространенных видов туризма, таких как культурно-познавательный и пляжный, по данным центра социально-экономического исследования 2020 года было выявлено, что крупные туроператоры с выручкой свыше 400 млн. рублей наиболее заинтересованы в развитии событийного и медицинского туризма (42% и 33% соответственно). Данные исследования представлены в виде диаграммы на рисунке 2.

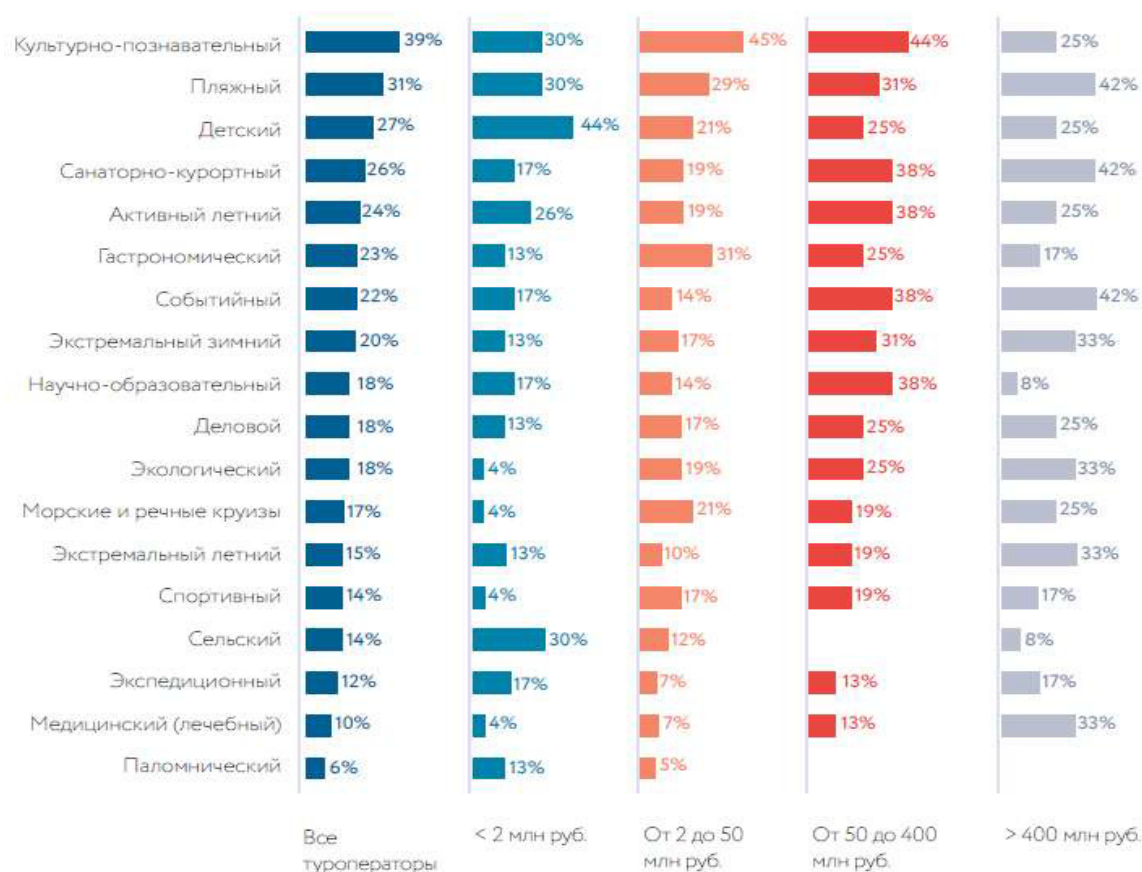


Рисунок 1.2 –Виды туризма, которые планируют развивать туроператоры в ближайшие 5 лет

Исходя из представленной диаграммы на рисунке 2 можно сделать вывод, что среди всех туроператоров событийный туризм занимает 22%, а

среди туроператоров, прибыль которых свыше 400 млн. руб. - 42%, это говорит о том, что событийный туризм перспективное направление, и оно будет развиваться в дальнейшем, так как данному виду туризма отдают предпочтение крупные туристические компании.

Кроме этого стоит отметить, что мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. При их проведении активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии. Спрос превышает предложение, в связи с тем, что наблюдается рост цен на транспортные перевозки туристов и номера в отелях.

Согласно статистике ВТО сегодня в мировом туризме наиболее популярными событийными турами являются:

Таблица 4 – Популярные событийные туры в мире

Событие	Пример
Национальные фестивали	Фестиваль культур в Берлине. Фестиваль св. Патрика в Дублине, Ирландия, Фестиваль св. Патрика в Лондоне, Великобритания, Праздник на льду, шоу Romanza, Вена, Австрия и т.д.
Театрализованные шоу	Фестиваль «Цирк будущего» Париж, Франция, Праздник на льду, шоу «Mystery» Германия и т.д.
Фестивали кино и театра	Фестиваль короткометражных фильмов в Оберхаузене, Германия, Каннский фестиваль, Канн, Франция, Фестиваль «Вишневый лес», Москва, Россия
Спортивные события	Автогонки «Формула-1» Автогонки NASCAR, США и т.д.
Международные технические салоны	Авиасалон в Ле Бурже, Париж, Франция, Авиакосмический салон в Жуковском, Россия, Автосалон в Женеве, Швейцария, «Салон часов», Женева, Цюрих, Швейцария и т.д.

Ежегодно проходит более десятка событий, которые наиболее распространены и популярны среди туристов. К наиболее значимым культурным событиям Западной Европы относятся: Зальцбургский музыкальный фестиваль, Crossingfestival в Гааге, кинофестиваль в Венеции, Каннах, недели высокой моды в Милане, Париже и др.

К наиболее значимым культурным мероприятиям Западной Европы, относящимся к списку событийного туризма, можно отнести: Зальцбургский

музыкальный фестиваль, Crossingfestival в Гааге, кинофестивали в Венеции, Каннах, недели высокой моды в Милане, Париже, Лондоне и др.

Привлекают туристов также народные праздники и карнавалы, имеющие многовековые традиции: Карнавалы Венеции, Берне, Рио де Жанейро, Октоберфест, Фестиваль CantillonZwanzeDay (Брюссель Бельгия), праздник Святого Патрика в Дублине, Турнир ДжострадельСарачино (Ареццо, Италия), Рыцарский турнир ДжострадиСульмона – историческая реконструкция, воскрешающая праздник эпохи Возрождения (Абруццо, Италия).

Последнее время популярностью пользуются туры на авиационные гонки RedBull – одно их наиболее захватывающих зрелищ среди спортивных состязаний. Можно сказать, что гонки RedBull являются аналогом «Формулы-1». Впервые авиационные гонки прошли в 2003 году в Цельтвене (Австрия) и с этого момента стали пользоваться большим спросом. В 2004 году гонки прошли в Великобритании и Венгрии, где набрали рекордную аудиторию в 1.3 млн. зрителей, 40% из которых составляли туристы специально приехавшие на данное событие. С 2005 года гонки стали называться RedBullRaceWorldSeries, что значит «Мировая серия воздушных гонок по формуле Ред Булл», а с 2006 года воздушные гонки проводятся в 9 этапов в разных странах.

Спортивные мероприятия занимают лидирующие позиции в событийном туризме, к примеру, летние и зимние Олимпийские игры, автогонки «Формула – 1», Чемпионаты мира и Европы по футболу.

Международные спортивные мероприятия возглавляют: Чемпионат мира по футболу в Бразилии, зимние Олимпийские и Параолимпийские игры в Сочи и т.д.

К примеру, в 2014 году в России вырос спрос на событийный туризм в связи с Зимними Олимпийскими и Параолимпийскими играми в Сочи.

По сравнению с зарубежным опытом, Россия значительно отстает в развитии событийного туризма. Но все же данный вид туризма начинает набирать популярность в отдельных регионах.

Многие эксперты в области туризма считают, что в ближайшее время поток иностранных туристов в Россию будет иметь тенденцию к увеличению. К 2030 году статистика туристских потоков, вероятно, достигнет до 40 миллионов человек. В условиях стабилизации внутреннего рынка туризма страдает статистика выездных и въездных потоков.

Так же лидирующими регионами событийного туризма в России являются Москва и Санкт-Петербург, тут проводится больше всего культурно-массовых мероприятий. К примеру, в 2017 году в Санкт-Петербурге было проведено около 770 событий. Событийный туризм в Ростовской области занимает около 40 процентов во всей структуре туристской отрасли, а в Самарской области данный вид туризма занимает ведущую роль. Так же событийный туризм распространён в таких регионах как Татарстан, Калужская область, Челябинская область, Бурятия, Белгородская область, Кировская область и другие регионы.

Следовательно, событийный туризм сконцентрирован в таких направлениях как Москва, Санкт-Петербург, Татарстан, Бурятия, Челябинская, Калужская, Кировская, Ростовская и Белгородская области.

Таблица 5 – Основные мероприятия, проводимые в лидирующих регионах событийного туризма

Регион	Основные мероприятия
Москва	Фестиваль "Путешествие в Рождество" "Спасская башня" "Круг света" "Путешествие в Рождество" "Московская весна" "Московская осень"

Регион	Основные мероприятия
Санкт-Петербург	Церемония вручения национальной театральной премии «Золотая маска» Международный зимний фестиваль «Площадь искусств» Международный фестиваль балета «Мариинский» «Алые паруса» Международный музыкальный фестиваль «Дворцы Санкт-Петербурга»
Самарская область	Грушинский фестиваль фестиваль «Классика над Волгой» «Жигулевская вишня» Международный фестиваль экстремального спорта и электронной музыки «ГЭС»
Ростовская область	Международные Каяльские чтения на Дону и реке Калитва Всероссийский фестиваль военно-исторических клубов Межрегиональный фестиваль донского казачьего фольклора «Нет вольнее Дона Тихого»
Белгородская область	Международный фестиваль-ярмарка славянской культуры «Белгородская слобода» «Третье ратное поле России» Фестиваль национальных культур и фольклора городов-побратимов города Белгорода «Из варяг в греки», Фестиваль-состязание «Я - русский крестьянин».
Кировская область	«Дни романтики на Вятке» Фестиваль народных промыслов и ремесел «Вятский лапоть» Фестиваль авторской песни «Гринландия»
Калужская область	Фестиваль ландшафтных арт-объектов «Архстояние» Музыкальные фестивали FolkSummerFest «Мир гитары» RockontheWater Фестиваль Фонда Святослава Рихтера в Тарусе Военно-исторические фестивали «Воиново поле» «Стояние на Угре» «Малоярославецкое сражение» фестиваль крафтовой культуры «ГренадерФест».

Регион	Основные мероприятия
Челябинская область	Областной фестиваль народного творчества «Русский хоровод» Областной фестиваль традиционной народной культуры поселков «Завалинка» Фестиваль духовной музыки Ярмарка "На рудниках"
Республика Татарстан	Национальный праздник «Сабантуй» День святителя и чудотворца Николая Республиканский фестиваль кряшенской культуры «Питрау» Международный фестиваль мусульманского кино «Ночной велофест» Гастрономический фестиваль «Вкусная Казань»
Республика Бурятия	Международный туристский фестиваль «Найрамдал» Национальные состязания «Сурхарбан» Горный фестиваль «Мунку-Сардык»

Для небольших городов России событийный туризм помогает в продвижении региона как бренда и улучшает свой имидж.

Событийный туризм будет являться действенным инструментом для формирования позитивного имиджа страны в мире.

Высокий въездной поток на известные крупные мероприятия помогает не только в укреплении имиджа региона, но и дает толчок к дальнейшему развитию туристской индустрии данного региона.

Но, к сожалению, в России событийный туризм еще не получил массового признания. И данное направление приносит пока небольшой доход, потому что еще не наблюдается в стране регулярно повторяющихся событий, к которым бы проявили интерес туристы.

Поэтому следует обратить внимание на дальнейшее развитие событийного туризма и начать организовывать мероприятия на регулярной основе, как это уже развито во многих других странах. На данный момент событийный туризм в России получает свое развитие, но не так стабильно и стремительно как хотелось бы.

Следовательно, событийный туризм на сегодняшний день становится популярен среди туристов, но, к сожалению, данное направление получает не такое стремительное развитие как в других странах. Российский туристский рынок больше специализируется на выездном туризме, чем на внутреннем, но с ситуацией пандемии, начавшейся в 2020 году и продолжающимися закрытыми границами до их пор, развивать внутренний туризм будет более целесообразно.

2 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Анализ факторов, определяющих развитие событийного туризма в Амурской области

На современном этапе развития туризма необходимо рассматривать как один из факторов социально-экономического развития страны и развитие ее регионов. Развитие туризма благоприятствует диверсификации источников дохода регионального бюджета, что в системе с иными источниками в последствие станет фактором синергетического эффекта социально-экономического развития отдельной территории. Если говорить о участии туризма в экономике, то можно сказать, что он играет важную роль, а в некоторых регионах и ведущее значение.

Последнее время эксперты в области туризма стремятся оценить экономический эффект от проведения событийных мероприятий, они классифицируют основные подходы к оценке и влиянию мероприятий на экономику, а так же оценивают плюсы и минусы данного влияния.

Главной целью событийных мероприятий не является преследование прибыли, так как событие – это, в основном, инструмент для формирования имиджа и бренда региона, для привлечения потока туристов. Сначала оценивается количество туристов, побывавших на определённом событии, а в последствие уже и денежные средства, потраченные в ходе событийного тура, так как программа тура, как минимум, состоит из 2 дней, поэтому у туристов возникнет необходимость пользоваться услугами размещения, питания, транспортными услугами, а также экскурсионными услугами.

Имидж и экономическое развитие региона базируется на таких показателях как масштаб экономики, показатели эффективности экономики, показатели бюджетной сферы, показатели сферы туризма и показатели социальной сферы.

Чтобы оценить состояние экономического развития Амурской области можно обратиться к данным рейтинга социально-экономического развития регионов России за 2020 год, указанным в таблице 6.

Таблица 6 – Рейтинг социально-экономического развития регионов России за 2020 год

Место по итогам 2020 года (ДФО)	Место по итогам 2020 года (Россия)	Регион	Интегральный рейтинг по итогам 2020 года	Место по итогам 2019 года (Россия)	Интегральный рейтинг по итогам 2019 года	Изменение позиции с 2019 года (Россия)
1	18	Сахалинская область	52,921	19	57,064	1
2	30	Приморский край	42,542	31	47,298	1
3	35	Республика Саха (Якутия)	40,635	33	45,835	-2
4	40	Хабаровский край	38,955	44	41,622	4
5	46	Амурская область	35,899	52	37,365	6
6	64	Магаданская область	27,725	75	25,683	11
7	66	Забайкальский край	26,885	67	28,884	1
8	68	Камчатский край	25,394	76	25,325	8
9	73	Республика Бурятия	24,367	71	27,889	-2
10	76	Чукотский автономный округ	21,798	79	17,414	3
11	85	Еврейская автономная область	10,682	85	12,743	0

Исходя из данных представленных в таблице 6, можно сказать, что регионы Дальневосточного федерального округа улучшили свои показатели по сравнению с 2019 годом, за исключением Якутии и Бурятии. Амурская область в 2019 году занимала 52 место среди всех регионов России с показателем 37,365 баллов, а в 2020 году, поднявшись на 6 позиций, заняла 46 место с показателем 35,899 баллов, при том, что среди регионов ДВФО 5 место, что также является немаловажным показателем, так как данные регионы являются ближайшими соседями для Амурской области и являются главными конкурентами для развития туризма.

Кроме этого, в стране ежегодно на регулярной основе проводится рейтинг развития событийного туризма, который базируется на пяти показателях:

- наличие специализированной инфраструктуры и материально технической базы;
- наличие утверждённой политики развития конгрессно-выставочного потенциала региона;
- наличие программы продвижения региона;
- опыт региона в проведении значимых мероприятий;

- привлекательность региона для туристов и его транспортная доступность.

Данные рейтинга за последние три года представлены в таблице 6.

Таблица 7– Рейтинг развития событийного туризма в регионах ДВФО, среди всех регионов России⁵

Регион	Рейтинг 2018 год	Рейтинг 2019 год	Рейтинг 2020 год
Забайкальский край	76	35	77
Камчатский край	35	19	41
Приморский край	67	18	49
Хабаровский край	12	14	27
Республика Бурятия	57	33	30
Республика Саха (Якутия)	10	39	26
Амурская область	73	70	72
Магаданская область	61	73	56
Сахалинская область	18	60	59
Еврейская автономная область	83	75	70
Чукотский автономный округ	82	79	80

Основываясь на данных таблицы 7, можно выделить лидеров развития событийного туризма среди регионов ДВФО, это республика Бурятия, республика Саха Якутия и Хабаровский край. Данные регионы можно отнести к главным конкурентам для развития событийного туризма в Амурской области. Показатели Амурской области за 3 года остались практически неизменными от 70-73.

На развитие событийного туризма, как уже не раз было отмечено ранее, влияет множество различных факторов, поэтому далее в работе будут представлены факторы, оказывающие наибольшее влияние на развитие событийного туризма.⁶

1. Природно-экологические факторы: благоприятный климат и природные условия, чистота и ухоженность, наличие природных источников для развития событийного туризма

⁵Национальный рейтинг развития событийного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eventrating.2r.ru/>. – 14.05.21

⁶Асанова И. М., Трофимова Р. В., Семухина Е. В. Факторы, способствующие развитию внутреннего и въездного туризма в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 131–135. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/95586.htm>. – 24.04.21

2. Социально-экономические факторы: уровень жизни населения, свобода и права, дающие населению путешествовать внутри и за пределами страны.

3. Политические факторы: политическая стабильность в стране, мирные отношения между странами, международные соглашения в области туризма, правительственные меры по оказанию помощи в событийном туризме.

4. Демографические факторы: рост населения, усиление этнических связей и традиций, приток в туризм молодежи, тенденция увеличения числа семейных путешествий.

5. Культурные факторы: культурно-исторический потенциал, наличие объектов культуры и искусства: памятники архитектуры, собрания произведений искусства, музеи, этнические особенности регионов.

Вышеперечисленные факторы следует рассмотреть в рамках особенностей Амурской области.

Амурская область располагается на Дальнем Востоке России. Ее административным центром является город Благовещенск. Амурская область имеет выгодное географическое расположение, разместившись на берегу реки Амур и в 700 метрах от Китая. Данное соседство двух стран способствует развитию различных видов туризма, включая событийный.

Амурская область располагает различными природными ресурсами, своеобразной флорой и фауной, научными и культурно историческими объектами, уникальными памятниками природы. Но, к сожалению, туристско рекреационный потенциал используется в меньшей мере, что связано с такими факторами как социально географические, организационные и социально экономические.

На развитие событийного туризма в Амурской области могут оказывать такие социально политические факторы как сотрудничество области с 14 российскими регионами и 30 странами мира, безвизовый обмен туристическими группами с Китаем и т.д.

Также в области расположены международный аэропорт Благовещенск, сеть аэропортов и посадочных площадок местных воздушных линий. Что значительно упрощает прибытие в Амурскую область туристов из других регионов.

Для того чтобы понять за счет каких потоков будет развиваться событийный туризм в Амурской области, можно обратиться к статистическим данным относительно структуры туристских потоков в Амурской области, которые представлены на рисунке 3.⁷

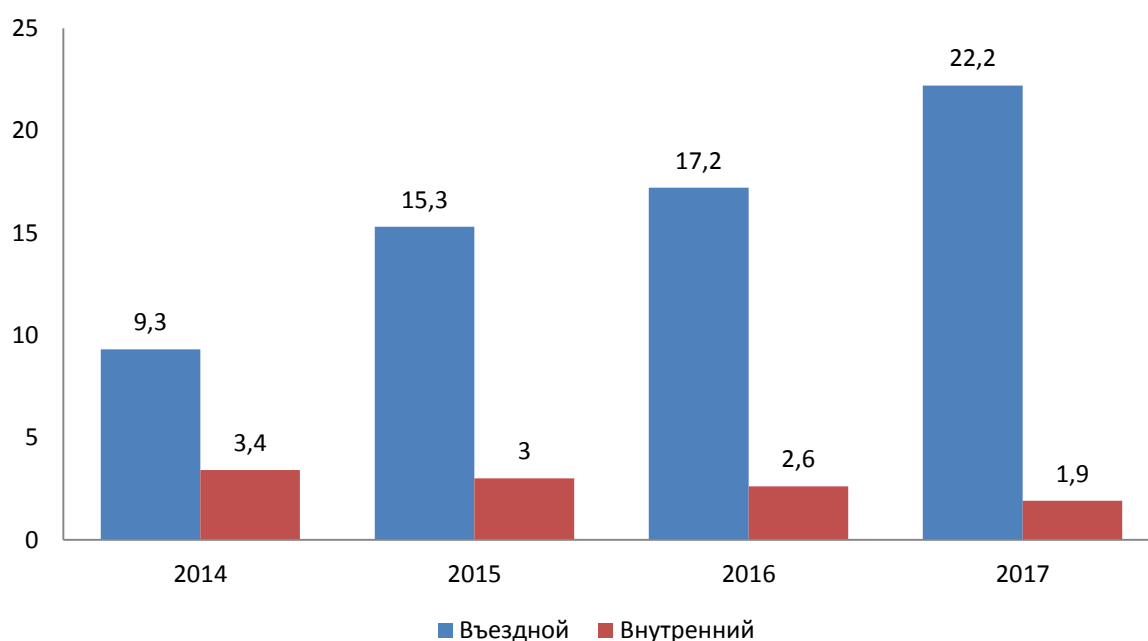


Рисунок 1.3 - Структура туристских потоков в Амурской области, %

Для событийного туризма очень важен въездной и внутренний поток, чем выше показатели, тем лучше для развития данного направления туризма. Таким образом, событийный туризм будет развиваться в основном за счет въездного потока, так как он имеет преимущество над внутренним.

Как видно из рисунка, в 2014 г. показатели по въездному туризму самые низкие в исследуемом периоде, это было связано с экономическим кризисом в стране. Далее показатель начинает увеличиваться в связи со стабилизацией обстановки в стране.

Распространение коронавируса в 2020 году поставило под удар

⁷Согласно данным Единой межведомственной информационно-статистической системы

туристическую отрасль региона и заставило участников рынка искать новые формы работы с потребителями туристических услуг. Туристы не могли путешествовать из-за изоляции и закрытия всех международных границ.

После того как ситуация с коронавирусом относительно стабилизировалась, у населения, долгое время сидевших на самоизоляции, появилось большое желание путешествовать по территории России и в том числе по родным краям. Поэтому лидирующие позиции заняли событийный и природный туризм.

Поэтому можно предположить, что развитие событийного туризма и разработка нового туристского продукта в Амурской области поспособствует привлечению туристов из других регионов, а также позволит жителям области узнать больше о родном крае.

Для жителей и гостей Амурской области был составлен календарь самых интересных событий. Региональный календарь объединил более 80 мероприятий. В него вошли не только крупные праздники и торжества, но и локальные события, происходящие в разных частях региона и способные привлечь туристов. Календарь составлен на основе информации, предоставленной администрациями муниципальных образований, организаторами, а также размещенной в открытых источниках.⁸

Основываясь на событийном календаре Амурской области, можно выделить следующие категории событий (рисунок 4).

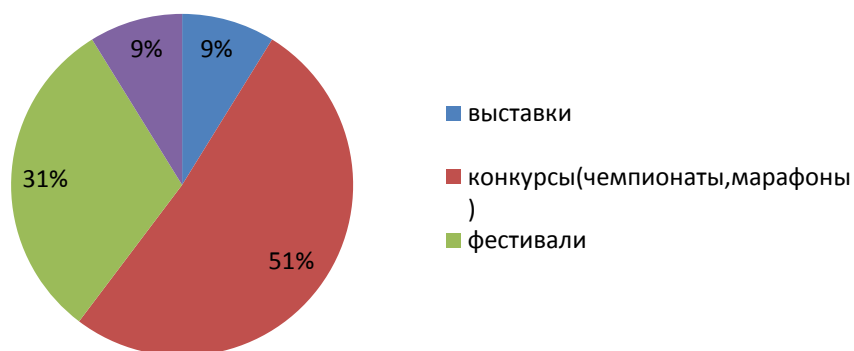


Рисунок 1.4 – Категории событийных мероприятий Амурской области

⁸ Амурская область [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.amurobl.ru/posts/news/dlya-zhiteley-i-gostey-amurskoy-oblasti-sostavili-kalendar-samykh-interesnykh-sobytyy-v-2021-godu/>. – 13.05.21

Исходя из данных, представленных на рисунке 4, можно сделать вывод о том, что лидирующую позицию – 51% всех событийных мероприятий занимают конкурсы. Но втором месте оказались фестивали, доля которых составляет 31%.

Все мероприятия, проводимые на территории Амурской области, делятся на такие уровни проведения как международные, всероссийские, региональные и областные (рисунок 5).

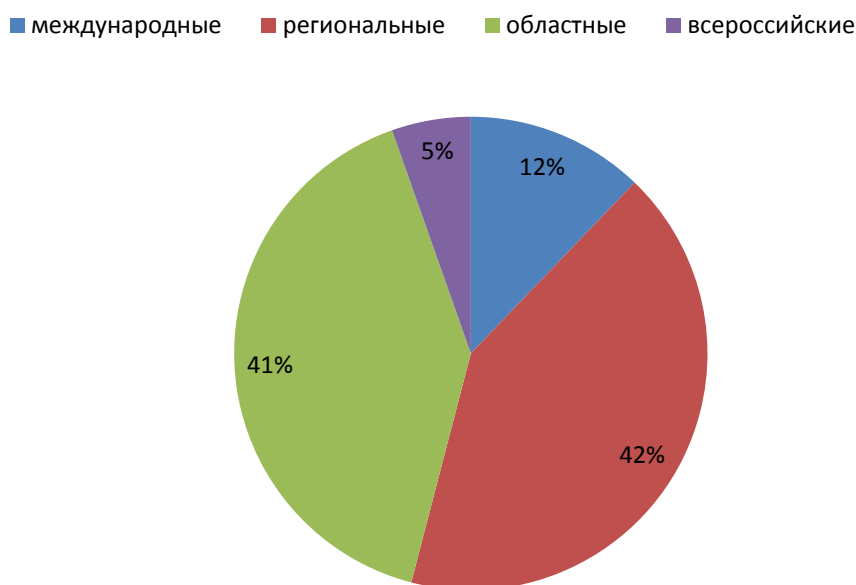


Рисунок 1.5 – уровни мероприятий амурской области

Исходя из данных представленных на рисунке 5, событийные мероприятия в Амурской области проводятся на всех перечисленных уровнях. Большую долю имеют мероприятия регионального характера – 42% от общего количества. Вместе с этим, процент областных мероприятий не так сильно отстает от региональных, его доля 41%. А так же в Амурской области проводятся всероссийские и международные мероприятия, доля которых 5% и 12% соответственно.

Если рассматривать Амурскую область как территорию развития событийного туризма, то следует заметить, что в области уже имеются различные виды событийного туризма, а это спортивные мероприятия, фестивали, концерты и праздники (рисунок 6).

■ спортивные мероприятия ■ обрядовые и традиционные события ■ фестивали

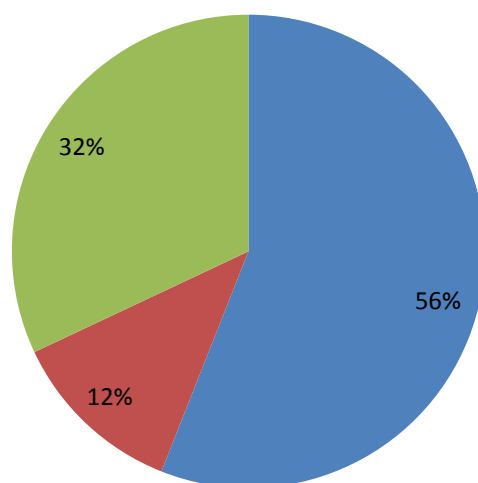


Рисунок 1.6 – виды событийного туризма в Амурской области по тематической направленности

На сегодняшний день в области ежегодно проводятся различные мероприятия, которые уже можно использовать в качестве развития событийного туризма и создания событийных туров для жителей других регионов и иностранных туристов. В таблице представлен список событийных мероприятий Амурской области.

Таблица 8– Событийные мероприятия Амурской области

Мероприятие	Описание мероприятия
Международный туристский детский обмен	Обмен детскими группами Благовещенска и Хэйхэ, который проводится ежегодно 1 июля. Благовещенским детям проводят экскурсии по парку Хэйлундзян и по образовательным учреждениям города Хэйхэ. Для детей из Китая так же проводятся экскурсии по городу и паркам Благовещенска, а также по школам, где проводятся различные мастер-классы от учителей и школьников.
Первый международный свадебный фестиваль в Благовещенске	Данный фестиваль проходит 8 июля в праздник «Дня семьи любви и верности». Участие в данном фестивале принимают интернациональные пары из России и Китая.

Мероприятие	Описание мероприятия
Заплыв «Дружба»	Заплыв берет свое начало с русского и китайского берегов Амура в июле месяце. В мероприятии участвуют около 200 человек.
Российско китайская ярмарка культуры и искусств	Данная ярмарка берет свое начало в Тынде куда приезжает делегация из Китая с маньчжурами и даурами. Гости посещают эвенкийскую деревню. В благовещенске для делегации проходит большой праздничный концерт, а также проходит выставка в сквере ОДНТ прикладного искусства китайских мастеров.
Фестиваль кино и театра «Амурская осень»	В рамках данного фестиваля проводятся конкурсные показы новых фильмов и спектаклей и различные мастер классы связанные с индустрией кино и театра.
Международный «АмурЭкспоФорум»	В рамках данного форума проводятся выставки продукции зарубежных предприятий, проводятся различные семинары и совещания.

На сегодняшний день событийный туризм в Амурской области является развивающимся и перспективным направлением туризма. Ежегодно появляются новые события, которые привлекают туристов в регион. Данные мероприятия имеют большое значение для экономики региона, так как в период проведения данных мероприятий наблюдается активность всех объектов туристской индустрии. Спрос значительно превышает предложение.

Таким образом, можно сказать о том, что Амурская область имеет большие перспективы в развитии событийного туризма, так как в области уже имеется множество регулярных событий. Для этого необходимо лишь разработать новые туры и изучить потенциал области в сфере событийного туризма, и после этого уже продвигать новые событийные туры, и область в целом как бренд.

2.2 Проблемы развития событийного туризма в областном центре региона

Проблемы развития событийного туризма в Амурской области следует рассматривать в рамках ДВФО, чтобы увидеть более точно картину текущего состояния данного направления туризма.

Существуют следующие проблемы развития событийного туризма в регионах ДВФО:

Недостатки средств размещения:

- 1) несоответствие цена-качество в средствах размещения;
- 2) отсутствие квалифицированных кадров;
- 3) нехватка средств размещения;
- 4) старое оборудование в средствах размещения;
- 5) недостаточное количество средств размещения низкого ценового сегмента.

Недостатки транспортной инфраструктуры:

- 1) качество дорожного полотна местной дорожной сети;
- 2) низкое качество точек придорожной инфраструктуры;
- 3) низкое покрытие мобильной связи на дорожных участках;
- 4) пропускная мощность федеральных автодорог.

Недостатки индустрии питания:

- 1) необходимый ремонт существующих точек питания;
- 2) высокая цена за качественную продукцию;
- 3) однообразное меню, низкая клиентоориентированность;
- 4) нехватка дополнительных услуг;
- 5) отсутствие мест питания низкого ценового сегмента.

Недостатки информационно-коммуникационной инфраструктуры:

- 1) плохое качество интернет-соединения в труднодоступных местах;
- 2) дефицит информационных ресурсов для зарубежных туристов на иностранных языках;

3) мало информации о основных туристических направлениях в регионах России;

4) плохое качество сотовой связи в трудно доступных местах

Недостатки систем безопасности:

1) устаревшие устройства и средства защиты, нет контроля за материально технической базой;

2) мало информации о мерах и способов защиты в регионах России;

3) малоинформированность туристов о возможных опасностях на туристическом рынке;

4) отсутствие охраны национальных парков и других природных объектов;

5) сложность оформления страховок.

Исходя из приведенных выше недостатков, в целом можно сказать, что основным недостатком средств размещения в ДВФО является несоответствие цены и качества, а так же нехватка высококвалифицированных кадров. Проблемой транспортной инфраструктуры является низкое качество полотна местной дорожной сети. В индустрии питания проблемой является несоответствие цены и качества в большинстве мест питания. Кроме этого наблюдается отсутствие информации для иностранных туристов соответственно на иностранном языке. И главным недостатком является качество сотовой связи на территории Дальневосточного Федерального округа. Все вышеперечисленные факторы влияют на развитие не только событийного туризма, но и туризма в целом, в связи с чем и обуславливается низкая позиция Амурской области (70 место) в рейтинге развития событийного туризма среди регионов.

Основным фактором для развития туризма в Амурской области является уникальное географическое положение региона на границе с Китаем, а также упрощенный порядок пересечения российско-китайской государственной границы для граждан России в Китай.

Чтобы развивать событийный туризм в Амурской области нужно обратить внимание на такие факторы как:

- менталитет населения (стереотип о незабываемых впечатлениях и комфортабельности отдыха в другом регионе);
- наличие лимитных факторов природного туризма (особые климатические условия, пожароопасные периоды и т.д.);
- малоинформированность туроператоров об объектах туризма и событиях местного значения;
- ориентированность малого и среднего бизнеса на краткосрочные проекты с высокой прибылью;
- маленькое число обустроенных туристских объектов;
- отсутствие контроля воздействия на природные комплексы.

Все приведенные выше проблемы недостаточно решить проведением какого-то одного мероприятия, это должны быть комплексные мероприятия по устранению проблем развития событийного туризма в Амурской области. Для этого была создана программа развития туризма и этнокультурного наследия Амурской области, в рамках которой было создано агентство по туризму. Агентство поддерживает развитие туризма Амурской области и участвует в продвижении области на внутренний и международный туристский рынок.

Еще хочется сказать, что в Амурской области неправильное расположение туристических фирм согласно особенностям и плотности расселения населения на территории области, а также расположению объектов туризма, что затрудняет оптимальному взаимодействию туристских объектов и ресурсов.

Так же предприятия общественного питания, гостиничный фонд и транспортное обслуживание в Амурской области не соответствует международным стандартам и нормам гостеприимства. Многие предприятия нуждаются в ремонте и модернизации.

Таким образом, туризм в Амурской области начинает адаптироваться к рыночным условиям, показатели развития данного направления туризма в области говорят о том, что его потенциал используется не в полной мере. Организация данного вида туризма в области может быть обеспечена только при разработке какой-то определённой стратегии.

2.3 Региональный маркетинг в событийном туризме и его значение

На сегодняшний день можно увидеть высокую насыщенность рекламных сообщений информационной среды, поэтому возникают проблемы с привлечением и удержанием интереса у потребителей, приходится искать новые подходы в продвижении туристских дестинаций. Одним из таких подходов является событийный маркетинг.

Событийный маркетинг рассматривают как комплекс мероприятий, направленных на продвижение территории, с помощью каких-либо событий.

Благодаря событию как инструменту для продвижения территории завоевываются такие результаты: интерес у потенциальных потребителей, которые только готовятся принять решение, уже имеющееся событие становится брендом территории, создается повод для упоминания в СМИ и работает эффект сарафанного радио.

Факторами, влияющими на событийный маркетинг, являются:

- опыт организации в проведении значимых мероприятий;
- интерес у органов местного управления;
- информационная поддержка события;
- рекреационные возможности дестинации.

Для привлечения туристов в разные регионы страны необходимо такое понятие как брендинг территории – стратегия повышения конкурентоспособности региона, с целью привлечения туристов, новых жителей, квалифицированных работников и инвесторов.

Русский экономист И.В. Вернандский сказал: «Каждая местность имеет свой идеал, каждая страна — свои формы совершенства, чуждые другой, под иными условиями стоящей местности».

Перед тем как продвигать территорию на туристский рынок, необходимо выбрать стратегию:

- 1) имиджевый маркетинг;
- 2) маркетинг достопримечательностей;
- 3) маркетинг людей;
- 4) инфраструктурный маркетинг.

В России имеется такой продукт как «Событийный паспорт региона», создан он был для продвижения событийных возможностей субъектов Российской Федерации и привлечения в российские регионы мероприятий по ведущим отраслям и научным направлениям.

Событийный паспорт региона позволяет систематизировать и обобщить значимую информацию о регионе для его продвижения как места проведения интересных событий.

Как правило, паспорт состоит из нескольких разделов:

- краткая информация о регионе;
- отраслевая специализация региона;
- ивент индустрия;
- туристические возможности;
- культура;
- гастрономическая карта региона.

Задача паспорта – познакомить потенциальных организаторов и участников мероприятий с регионом, представить все ресурсы, которые он дает для реализации проектов.

По сути, это путеводитель для туристов определенного региона со всеми необходимыми данными и контактами.

Таким образом, Амурская область имеет большие перспективы в развитии событийного туризма, так как в области уже имеется множество регулярных событий. Для этого необходимо лишь разработать новые туры и изучить потенциал области в сфере событийного туризма, и после этого уже продвигать новые событийные туры, и область в целом как бренд. Туризм в

Амурской области начинает адаптироваться к рыночным условиям, показатели развития данного направления туризма в области говорят о том, что его потенциал используется не в полной мере. Организация данного вида туризма в области может быть обеспечена только при разработке какой-то определённой стратегии. Событийный маркетинг рассматривают как комплекс мероприятий, направленных на продвижение территории, с помощью каких-либо событий.

Благодаря событию как инструмента для продвижения территории завоевываются такие результаты: интерес у потенциальных потребителей, которые только готовятся принять решение, уже имеющееся событие становится брендом территории, создается повод для упоминания в СМИ и работает эффект сарафанного радио.

3 РАЗРАБОТКА ТУРА И ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В БЛАГОВЕЩЕНСКЕ

3.1 Общая характеристика событийного тура «День города»

Для популяризации отдыха в Амурской области был разработан новый событийный тур посвященный дню города Благовещенска. Для того чтобы узнать о заинтересованности в данном виде туризма был проведен опрос среди жителей Амурской области, Приморского и Хабаровского краев, в количестве 108 человек.

По данным анкеты, вопросы которой представлены в Приложении 2, было выявлено, что большая часть респондентов (60,4 %) не знают о событийном туризме (рисунок 5), в то время как 39,6 % осведомлены о нем. Так как разнице между количеством осведомленных и не осведомленных небольшая, можно предположить, что по данному направлению потенциальные туристы периодически путешествуют или принимают участие.

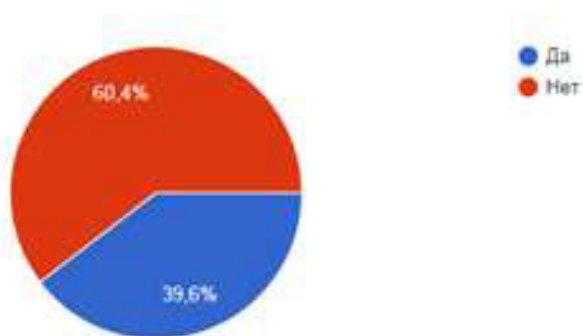


Рисунок 1.7 – Распределение ответов на вопрос: «Вы когда-нибудь слышали о событийном туризме?»

Что касается ответов респондентов относительно участия в событийном туризме, то здесь можно заметить не очень обнадеживающие результаты, а именно 87,5 % никогда не принимали участия в событийном туризме, и только 12,5 % продемонстрировали положительные результаты (рисунок 6).

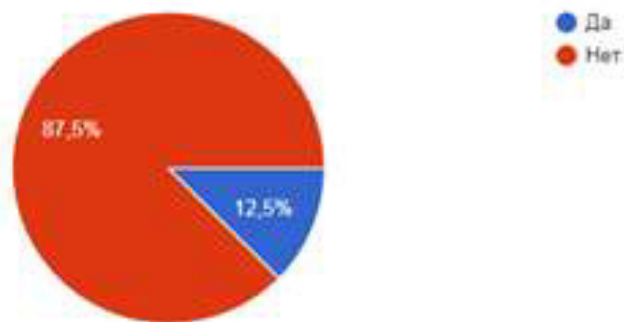


Рисунок 1.8 – Распределение ответов на вопрос: «Приходилось ли Вам хотя бы раз принимать участие в событийном туре?»

Кроме этого из опроса видно, что у большей части опрошенных (83 %) есть потребность в развитии событийного туризма в Амурской области (рисунок 7), что свидетельствует о заинтересованности у потенциальных клиентов в создании туров по данному направлению.

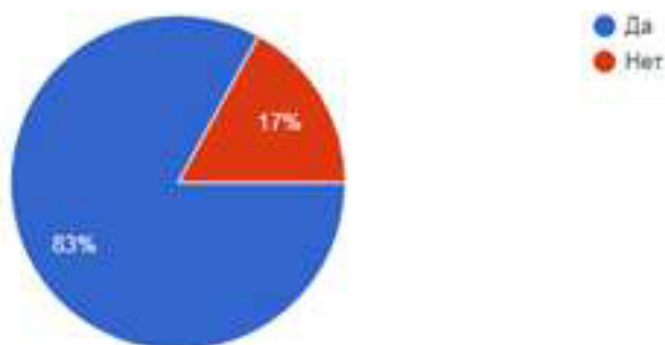


Рисунок 1.9 – Распределение ответов на вопрос: «Как вы считаете, существует ли на данный момент потребность в развитии событийного туризма в Амурской области?»

Далее на рисунке 8 представлена диаграмма распределения ответов относительно того, что больше всего привлекает в событийном туре на территории Амурской области. Из рисунка видно, что 50% и 52% опрошенных предпочитают такие виды событийного туризма как музыкальные фестивали и фестивали кино и театра соответственно, 45% и 45% опрошенных выбрали гастрономические фестивали и спортивные события.

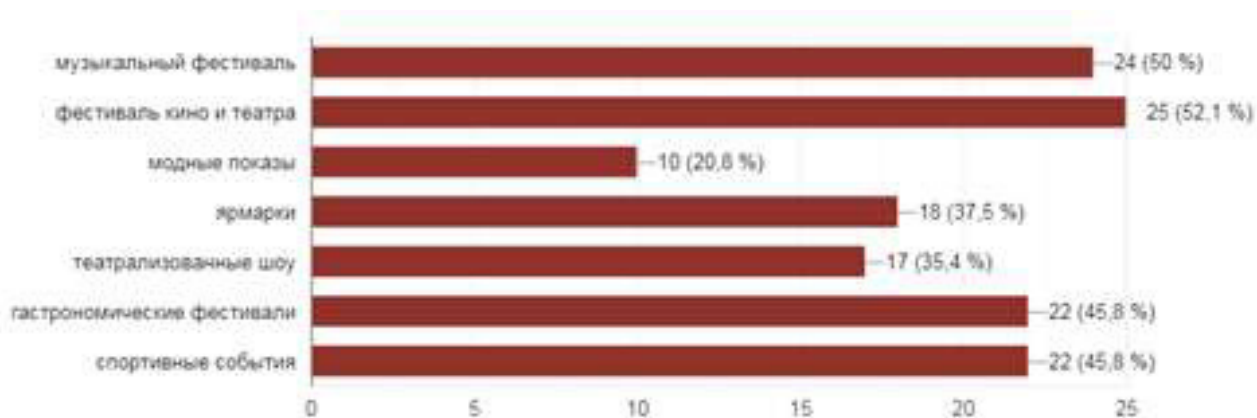


Рисунок 1.10 – Распределение ответов на вопрос: «Что вас может привлечь в событийном туре на территории Амурской области?»

Несмотря на тот факт, что сезонность не влияет на событийный туризм, все же при выборе тура туристы в большей степени отдают предпочтение теплому сезону, что и подтверждают ответы респондентов на вопрос относительно времени года проведения событийного тура. На рисунке 9 можно увидеть, что больше 80% опрошенных предпочитают путешествовать летом тур летом.

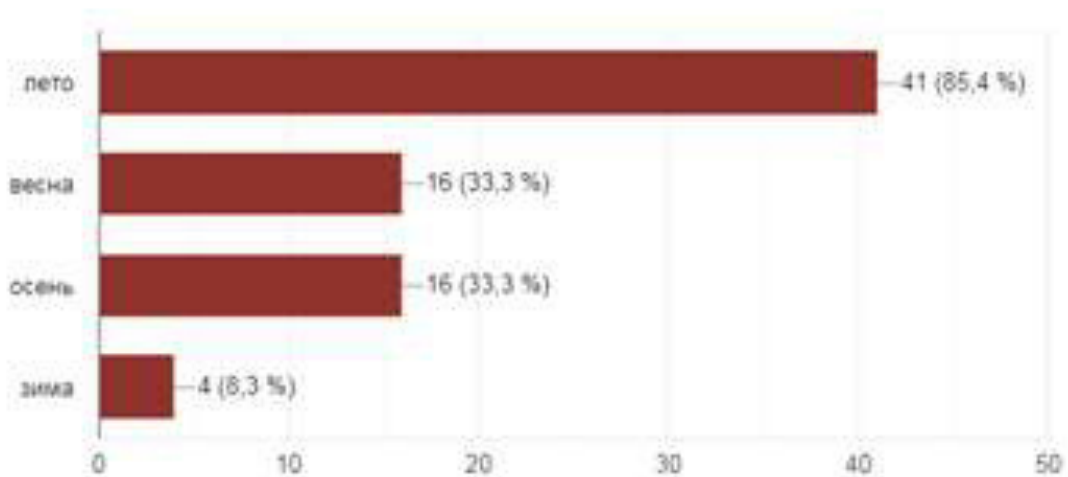


Рисунок 1.11 – Распределение ответов на вопрос: «В какое время года вы бы предпочли принять участие в событийном туре?»

Что касается продолжительности событийного тура, то из опроса было выяснено, что большая часть опрошенных (60,4 %) предпочитают тур выходного дня, то есть его продолжительность оптимальна в количестве 2 дней (Рисунок 10).



Рисунок 1.12 – Распределение ответов на вопрос: «Наиболее подходящая продолжительность событийного тура для вас?»

Что касается стоимости тура, то исходя из опроса, было выявлено, что потенциальные туристы готовы потратить на событийное мероприятие не более 10000 рублей, за данный ответ проголосовало более 72% опрошенных. Поэтому для разработки и успешной реализации нового событийного турпродукта рекомендуется сформировать предложение исходя из этой стоимости (рисунок 11).



Рисунок 1.13 – Распределение ответов на вопрос: «Сколько денежных средств вы готовы потратить на событийный тур?»

Таким образом, на основе вышеперечисленных результатов анкеты, можно сделать вывод, что событийный туризм в Амурской области следует развивать, так как опрошенные имеют большую заинтересованность в данном продукте. Для потенциальных потребителей предпочтительно проведение тура летом продолжительностью 1-2 дня, с общей стоимостью не более 10000 рублей. А так же с помощью анкеты было выявлено, что

большой популярностью пользуются такие события как музыкальные фестивали, фестивали театра и кино, а так же спортивные соревнования.

Следуя результатам анкеты, было принято решение создать событийный тур, посвящённый Дню города Благовещенска. В программу праздника входит музыкальный концерт, а так же будут включены экскурсии по городу и музеям Благовещенска, раскрывающие историю и особенности города.

Благовещенск – город, находящийся в Амурской области и являющийся единственным городом в стране, который находится на границе с другим государством, а конкретнее с Китаем. Основан Благовещенск был 2 июня в 1856 году, когда был заложен Усть-Зейский военный пост.

Благовещенск имеет богатейшее культурно историческое наследие. Одним из исторических мест города считается Краеведческий музей. Огромное влияние на местную культуру оказывает соседство с Китаем, в Благовещенске имеет большое распространение китайская кухня.

В Благовещенске на набережной в районе Мухина и Артиллерийской относительно недавно торжественно открыли 2 арт-объекта, это связано с тем, что в городе находится крупное местонахождение динозавров. Это подарки для горожан в честь 165-летия Благовещенска. Одним из объектов является 3-метровый Амурозавр, длиной 7 метров, весом около тонны. В нескольких метрах от Амурозавтра располагаются следы Керберозавтра, размер одного следа 60 * 60 см, останки этого динозавра были обнаружены на территории Благовещенска.

Набережная в Благовещенске называется улицей Краснофлотской. Ее начало с восточной стороны города обозначено перекрестком с ул. Первомайской, а завершается она в западной части Благовещенска на углу с ул. Ленина. Для выкладки мостовой использовалась тротуарная плитка. Набережная освещена современными фонарями. Для отдыха горожан и гостей Благовещенска установлены удобные скамейки.

Здесь расположен педагогический университет. Набережная известна триумфальной аркой. Недалеко от улицы Краснофлотской можно побывать в краеведческом музее с образцами полезных ископаемых, которые добывают в регионе, знаменитыми метеоритами, костюмами эвенских шаманов и костями животных в качестве экспонатов.

Триумфальную арку на набережной установили в 1881 г. в ознаменование прибытия наследника российского престола Николая. В 1936 г. наводнение стало причиной сноса 20-метровых ворот с башенками, которые венчают двуглавые орлы. Их восстановили в 2006 году.

Ежегодно в Благовещенске проводится праздник посвященный дню основания города, который организует администрация города. Он отмечается 2 июня, в память о дне основания города. Организаторами составляется насыщенная программа, в которую включают традиционные церемонии возложения цветов к памятникам, спортивные мероприятия, праздничные развлекательные программы, выставки – ярмарки, музыкальные программы, а также после праздничного обращения руководителей области и города, гостей ждет большой праздничный фейерверк.

Праздник, посвященный Дню города, проходит ежегодно, программа каждый год меняется, но музыкальная составляющая остаётся неизменной, единственное, может меняться жанр музыкальных концертов.

Событийный тур «День города» будет включать в себя поход в краеведческий музей; посещение арт-объектов на набережной Благовещенска, посвященных истории города; гала-концерт джазового фестиваля «Джаз над Амуром»; концерт джазового коллектива из г. Хабаровска; концертно-развлекательная программа «Звездная дорожка»; концертная программа «Танцуй и пой, мой Благовещенск» с участием группы «Мартини», концертная программа с участием звезд российской эстрады и экскурсия на китайский рынок.

Данный событийный тур будет новым продуктом на рынке туристских услуг, так как программа очень насыщена и разнообразна. Кроме этого тур можно будет использовать в качестве популяризации бренда региона.

3.2 Программа и расчет стоимости тура

Таблица 9– Программа событийного тура «День города»

	Время	Мероприятие
4 июня	7:00	Трансфер до гостиницы
	8:00	Заселение в отель «На набережной»
	9:00	Завтрак в отеле «На набережной»
	10:00-12:00	Свободное время
	13:00	Обед в кафе «Poleno»
	14:00	Экскурсия в краеведческий музей
	16:00	Полдник в кофейне «На большой»
	17:00-19:00	Гала-концерт первого джазового фестиваля «Джаз над Амуром»
	19:00-19:30	Концерт джазового коллектива из г. Хабаровска
	19:30-20:30	Концертно-развлекательная программа «Звездная дорожка»
	23:00-21:30	Концертная программа «Танцуй и пой, мой Благовещенск» с участием группы «Мартини»
	21:30-22:30	Концертная программа с участием звезд российской эстрады
	22:30	Праздничный фейерверк.
	22:45	Отправление в отель «На набережной»
5 июня	9:00	Завтрак в отеле «На набережной»
	10:00-12:00	Свободное время
	12:00	Бизнес-ланч в ресторане «Три азиата»
	13:00	Посещение арт-объектов на набережной, прогулка по набережной
	14:30	Экскурсия на китайский рынок
	16:00	Ужин в ресторане «Камбей»
	17:00	Выселение из отеля «На набережной»
	17:30	Трансфер до ж/д вокзала, для тех, кто уезжает в этот день

Расчёт стоимости тура на 10 человек + 1 гид, длительность – 2дня, 2 ночи. Тур будет проходить в городе Благовещенск.

Прямые затраты по данному турпродукту включают: транспортные расходы, расходы на питание, расходы на проживание, зарплата гида, расходы на экскурсионную программу.

Таблица 10 – Расходы на питание

Наименование	Стоимость (руб.) / с чел.	Итого с человека / руб.	Итого с группы (10 человек + 1 гид) / руб.
Завтрак в отеле «На набережной»	300	330	3 300
Обед в кафе «Poleno»	400	440	4 400
Полдник в кафе «Poleno»	350	385	3 850
Завтрак в отеле «На набережной»	300	330	3 300
Бизнес-ланч в ресторане «Три азита»	300	330	3 300
Ужин в ресторане «Камбей»	350	385	3 850
Итого расходы на питание		2 200	22 000

Таблица 11 – Транспортные расходы

Наименование	Итого с человека / руб.	Итого с группы (10 человек + 1 гид) / руб.
Аренда автобуса 1 ч. – 1000 руб. Арендуются на 4 часа	400	4 000
Итого транспортные расходы	400	4 000

Автобус встречает туристов в 1 день тура в 7:00(от ж/д -, -авто -, -авиа вокзала до отеля), во второй день осуществляется подвоз до китайского рынка; после ужина в ресторане «Камбей» подвоз до отеля; в конце тура подвоз до гостиницы. Итого аренда автобуса вместительностью 12 человек выходит на 4 часа.

Таблица 12 – Расходы на проживание

Наименование	Стоимость проживания за сутки (руб.) / с чел.	Итого с человека / руб.	Итого с группы (10 человек + 1 гид) / руб.
Отель «На набережной» (Бронируется на 2 суток)	2 000	4 400	44 000
Итого расходы на проживание		4 400	44 000

Номер бронируется на 2 суток, т.е. с 4 июня 8:00 – 6 июня 8:00, поэтому те, кто уезжает на следующий день после тура, не нужно будет оплачивать дополнительно проживание.

Таблица 13 – Расходы на экскурсионное обслуживание

Наименование	Стоимость (руб.) / с чел.	Итого с человека / руб.	Итого с группы (10 человек + 1 гид) / руб.
Экскурсия по краеведческому музею	200	220	2 200
Итого за экскурсионное обслуживание		220	2 200

Зарплата гиду:

4000 руб. за 2 дня с группы.

4000 руб. / 10 чел. = 400 руб. с человека.

Итого прямых затрат:

400руб. + 2 200руб. + 4 400руб. + 220 руб. + 400 руб. = 7 620 руб. с

человека.

7 620руб. * 10 чел. = 76 200 руб. с группы.

Косвенные расходы составляют 20% от прямых затрат:

7 620 руб. * 20 / 100 = 1 524 руб. с человека.

1 524 руб. * 10 чел. = 15 240 руб. с группы

Полная себестоимость это сумма прямых и косвенных расходов

7 620 руб. + 1 524 руб. = 9 144 руб. с человека.

9 144 руб. * 10 чел. = 91 440 руб. с группы.

Прибыль составляет 20% от полной себестоимости:

9 144 руб. * 20 / 100 = 1 829 руб. с человека.

1 829 руб.* 10 чел. = 18 290 руб. с группы.

Налог на доход составляет 15% от прибыли:

1 829 руб. * 15 / 100 = 275 руб. с человека.

275 руб. * 10 чел. = 2 750 руб. с группы.

Продажная цена включает полную себестоимость, прибыль и налог на прибыль):

9 144 руб. + 1 829 руб. + 275 руб. = 11 248 руб. с человека.

11 248 руб. * 10 чел. = 112 480 руб. с группы.

Таблица 14 – калькуляция на группу, состоящую из 10 человек + 1 гид

Наименование статей	%	Показатели	
		Стоимость, в рублях	
		На человека	На группу
Транспортные расходы		400	4 000
Расходы на питание		2 200	22 000
Расходы на проживание		4 400	44 000
Экскурсионное обслуживание		220	2 200
Итого прямых затрат		7 620	76 200
Косвенные расходы	20	1 524	15 240
Полная себестоимость		9 144	91 440
Прибыль	20	1 829	18 290
Налог на прибыль	15	275	2 750
Продажная цена		11 248	112 480

Событийный тур «День города» в г. Благовещенске предназначен для туристов молодого, включая студентов, старшего и среднего возраста, так же для людей, увлекающихся историей города, и для тех людей, которые предпочитают проводить культурно время. Количество дней – 2, состав группы – 10 человек. Цена данного тура составляет – 11 248рублей. Данный тур можно считать рентабельным, так как самостоятельная организация такого отдыха обошлось бы в два раза дороже, это связано с предоставлением льгот для группового туризма в кафе и музеях.

Праздник Дня города, проходящий в Благовещенске, набирает популярность с каждым годом, и количество туристов ежегодно соответственно увеличивается, поэтому данный тур будет способствовать привлечению еще большего количества туристов в область.

3.3 Способы продвижения тура и предложения по популяризации событийного туризма в Амурской области

Цель продвижения событийного тура «День города» это информирование внешней целевой аудитории (туристов и участников) о проведении событийного тура ко Дню города Благовещенска, а так же формирование благоприятного отношения к Благовещенску, как к

креативному городу, организующему интересные события, что будет способствовать повышению привлекательности города.

Можно выделить 2 следующих направления развития событийного туризма в Амурской области:

- 1) расширение ассортимента событийных туров;
- 2) формирование информационной базы событийного туризма с целью популяризации мероприятий Амурской области.

Реализация данных направлений будет способствовать развитию событийного туризма в Амурской области, а также повысит популярность Амурской области, как туристской дестинации.

Говоря о расширении ассортимента событийных туров, можно предложить обратить внимание на туристские группы, например проводить туры для студентов, пожилых людей или школьников, с целью изучения особенностей Амурской области.

В административном центре Амурской области существует множество различных событий, помимо Дня города, например, мероприятия, посвященные Дню семьи, любви и верности, 9 мая, Масленице и т.д., все эти праздники наполнены насыщенной программой, организацией которых занимается администрация города. Данные мероприятия могут послужить основой для создания новых событийных туров.

Для того, что сформировать информационную базу событийного туризма в Амурской области необходимо принять следующие меры:

- 1) разработать единый туристский бренд Амурской области;
- 2) принимать участие в крупных международных и межрегиональных туристических выставках;
- 3) поддерживать выставочную деятельность региона с целью популяризации региональных туристических выставок.

Как единый туристский бренд Амурской области предлагается создание событийного паспорта региона, о котором говорилось в пункте 2.3, в котором будет указана информация об истории Амурской области, об

отраслевой специализации региона, о ивент индустрии, о туристических возможностях, о культуре и о гастрономической карте региона. Разработанная обложка событийного паспорта представлена в Приложении 3. Данный паспорт разрабатывается для развития и популяризации событийного туризма в регионе.

Далее рассмотрим возможности продвижения событийного тура «День города» на туристский рынок.

Продвижение турпродукта⁹ - комплекс мероприятий, направленных на реализацию туристского продукта, в состав которых может входить: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и т. д. Для того, чтобы продать туристский продукт, следует привлечь внимание потребителей, вызвать у них интерес к данному турпродукту, вызвать желание купить и простимулировать к данному действию.

Для продвижения событийного тура «День города» можно предложить существующий бренд в г. Благовещенске «Благо». Данный бренд создан для туристов, приезжающих в Амурскую область, для абитуриентов, уезжающих учиться в другие города, и для всех жителей, которые любят и развивают город Благовещенск.

Слово "Благо" – производное от слова Благовещенск, поэтому бренд нацелен на продвижение общего облика города Благовещенск, при помощи использования полиграфической сувенирной продукции. Данный бренд используется совместно с символикой Амурской области (Арка, ротонда, Даурский журавль, Амурский тигр, медведь, рыба, динозавры и хот-дог с корейской морковью и маласянем). Ассортимент данного бренда представлен в приложении 4. В настоящее время данный бренд печатают на футболках и на кружках, также в ассортименте есть шоколад, значки, магниты, брелоки и наклейки.

⁹Способы продвижения турпродукту [Электронный ресурс]. Режим доступа https://studme.org/377627/turizm/sposoby_prodvizheniya_turprodukta. – 04.05.21

Рисунки данного бренда отображают архитектуру, уникальных животных и особенности расположения Амурской области. Поэтому данный бренд может позиционировать Амурскую область даже как территориальный бренд, который отображает всю уникальность данного региона и для продвижения значимых событий проходящих в Амурской области.

Таким образом, бренд «Благо» безоговорочно может помочь в продвижении событийного тура «День города», так как это интересный проект, которых в области еще не предлагалось, и чем особенен данный бренд, так это ориентацией на людей любого статуса и возраста, он может заинтересовать каждого. И так как данный бренд ориентируется на особенности города Благовещенска и на привлечение туристов из других регионов, целесообразно будет использовать данный бренд для продвижения событийного тура «День города», потому что данный тур предоставляет возможность для туристов узнать больше об истории города и об отличительных особенностях Благовещенска и Амурской области в целом. Поэтому сотрудничество с брендом «Благо» будет необходимой мерой в продвижении тура, так как бренд и событийный тур преследуют одни и те же цели.

Таким образом, событийный тур «День города» будет включать в себя поход в краеведческий музей; посещение арт-объектов на набережной Благовещенска, посвященных истории города; гала-концерт джазового фестиваля «Джаз над Амуром»; концерт джазового коллектива из г. Хабаровска; концертно-развлекательная программа «Звездная дорожка»; концертная программа «Танцуй и пой, мой Благовещенск» с участием группы «Мартини», концертная программа с участием звезд российской эстрады и экскурсия на китайский рынок.

Данный тур можно считать рентабельным, так как самостоятельная организация такого отдыха обошлось бы в два раза дороже, это связано с предоставлением льгот для группового туризма в кафе и музеях.

Для того, чтобы успешно реализовать тур, необходимо его продвигать, при грамотном продвижении данный тур будет пользоваться спросом у потребителей. Для этого предлагается создание событийного паспорта, целью которого является развитие и популяризация событийного туризма в регионе. А также следует предложить бренд «Благо» который может помочь в продвижении событийного тура «День города», так как это интересный проект, которых в области еще не предлагалось, и чем особенен данный бренд, так это ориентацией на людей любого статуса и возраста, он может заинтересовать каждого.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Событийный туризм на сегодняшний день становится популярен среди туристов, но, к сожалению, данное направление получает не такое стремительное развитие как в других странах. Российский туристский рынок больше специализируется на выездном туризме, чем на внутреннем, но с ситуацией пандемии, начавшейся в 2020 году и продолжающимися закрытыми границами до их пор, развивать внутренний туризм будет более целесообразно.

Амурская область имеет большие перспективы в развитии событийного туризма, так как в области уже имеется множество регулярных событий. Для этого необходимо лишь разработать новые туры и изучить потенциал области в сфере событийного туризма, и после этого уже продвигать новые событийные туры, и область в целом как бренд. Туризм в Амурской области начинает адаптироваться к рыночным условиям, показатели развития данного направления туризма в области говорят о том, что его потенциал используется не в полной мере. Организация данного вида туризма в области может быть обеспечена только при разработке какой-то определённой стратегии. Событийный маркетинг рассматривают как комплекс мероприятий, направленных на продвижение территории, с помощью каких-либо событий.

Благодаря событию как инструмента для продвижения территории завоевываются такие результаты: интерес у потенциальных потребителей, которые только готовятся принять решение, уже имеющееся событие становится брендом территории, создается повод для упоминания в СМИ и работает эффект сарафанного радио.

Событийный тур «День города» в г. Благовещенске предназначен для туристов молодого, включая студентов, старшего и среднего возраста, так же для людей, увлекающихся историей города, и для тех людей, которые предпочитают проводить культурно время. Количество дней – 2, состав

группы – 10 человек. Цена данного тура составляет – 11 248 рублей. Данный тур можно считать рентабельным, так как самостоятельная организация такого отдыха обошлось бы в два раза дороже, это связано с предоставлением льгот для группового туризма в кафе и музеях.

Праздник Дня города, проходящий в Благовещенске, набирает популярность с каждым годом, и количество туристов ежегодно соответственно увеличивается, поэтому данный тур будет способствовать привлечению еще большего количества туристов в область.

Для того, чтобы успешно реализовать тур, необходимо его продвигать, при грамотном продвижении данный тур будет пользоваться спросом у потребителей. Для этого предлагается создание событийного паспорта, целью которого является развитие и популяризация событийного туризма в регионе. А также следует предложить бренд «Благо» который может помочь в продвижении событийного тура «День города», так как это интересный проект, которых в области еще не предлагалось, и чем особенен данный бренд, так это ориентацией на людей любого статуса и возраста, он может заинтересовать каждого.

Целью разработки данного тура является развитие событийного туризма в г. Благовещенск.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. канд. экон. наук. – М., 2012. – 24 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru> – 14.04.2021
- 2 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 363 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourlib.net/> – 12.05.2021
- 3 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. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru>. – 25.04.2021
- 4 Власова, Т.И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристский потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ. – 2015. – №1. – С. 38–40.
- 5 Воронин, А.Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации [Текст] / А.Н. Воронин, И.В. Крылова, Г.А. Громова // Вестник НАТ. – 2012. – № 2. – С. 40– 43.
- 6 Всероссийская конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития событийного туризма» // Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1942/>. – 29.05.2021
- 7 ГБУ Амурской области «Агентство по туризму Амурской области». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amurvisit.ru/>. – 02.05.2021
- 8 Долженко, Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – №6. – С. 116–119.

9 Климова, Т.Б. К вопросу развития событийного туризма на уровне региональных экономик / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневецкая, И.В. Богомазова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru>. – 28.05.2021

10 Комиссарова, Е.Н. Проблемы развития событийного туризма в России / Е.Н. Комиссарова. – М.: Российская международная академия туризма, 2014. – 62 с.

11 Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка / Е.Г. Леонидова // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. науч. журн. 2015. № 7(18). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307>. – 29.04.2021

12 Национальный календарь событий России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/region/amur-oblast> – 07.04.2021

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

14 Сидорова, А.А. Событийный туризм как главный вид туризма / А.А. Сидорова. – Смоленск. : Универсум, 2009. – 36 с.

15 Сириченко, А.А. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации / А.А. Сириченко // Информационно-аналитический портал «Предпринимательство и право» – 13.11.2012. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru>. – 13.05.2021

16 События, привлекающие туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>. – 15.05.2021

17 Технологии проектирования туров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/proektirovanie.htm – 29.05.2021

18 Туризм в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/80-sobytijnyj-tourism> – 14.05.2021

- 19 Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zabgu.ru>. – 09.04.2021.
- 20 Ресурсы событийного туризма Амурской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vestnik.ael.ru>. – 21.05.2021.
- 21 Транс-Атлантис [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn----7sbba4bqleumgbgd.xn--p1ai/>. – 24.05.2021.
- 22 Event Tourism Economical [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.diva-portal.org>. – 04.05.2021.
- 23 Событийный маркетинг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cscb.su/> – 21.04.2021.
- 24 Развитие туризма в Амурской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dissercat.com>– 22.04.2021.
- 25 Роль событийного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://progress-human.com>. – 25.05.2021.
- 26 Событийный туризм: понятия, виды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://applied-research.ru>. – 04.03.2021.
- 27 Событийный туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nauchkor.ru>. – 07.02.2021.
- 28 Роль событийного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://school-science.ru/5/18/35243>. – 14.03.2021.
- 29 Событийный туризм как вид специального туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://works.doklad.ru>. – 25.04.2021.
- 30 Событийный туризм: новые возможности развития в регионе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://examenna5> – 01.02.2021.
- 31 Событийный туризм и его развитие в Дальневосточном регионе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studizba.com/>. – 22.04.2021.
- 32 Анализ потенциала событийного туризма как инструмента продвижения территории для внешних целевых аудиторий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/bitstream>. – 02.04.2021.

33 Русские и китайские праздники: опыт сравнительного анализа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nauchkor.ru/uploads>. – 11.05.2021.

34 Sci-hub. Event tourism: Definition, evolution, and research [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sci-hub.do/>. – 01.02.2021.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета

<p>1. Вы когда-нибудь слышали о таком направлении как «событийный туризм»? Да/Нет</p> <p>2. Приходилось ли Вам хотя бы раз принимать участие в событийном туре? * Да/Нет</p> <p>3. Как вы считаете, существует ли на данный момент потребность у жителей Амурской области в развитии событийного туризма? Да/Нет</p> <p>4. Что Вас может привлечь в событийном туре на территории Амурской области? (может быть несколько ответов) музыкальный фестиваль фестиваль кино и театра модные показы ярмарки театрализованные шоу гастрономические фестивали спортивные события Другое:</p> <p>5. В какое время года вы бы предпочли принять участие в событийном туре? (может быть несколько ответов) Лето/весна/осень/зима</p> <p>6. Как вы считаете, с помощью каких средств можно информировать население об организации того или иного событийного тура? (может быть несколько ответов) интернет газета реклама радио афиша Другое:</p>	<p>7. Какие виды событийного туризма Вам наиболее интересны? (может быть несколько ответов) Национальные события Спортивные мероприятия Выставки Концерты</p> <p>8. Наиболее подходящая продолжительность событийного тура для Вас: Тур выходного дня/От 3 до 7 дней/От 7 до 14 дней</p> <p>9. Сколько денежных средств вы готовы потратить на событийный тур? менее 10 000 рублей 10 000-30 000 рублей 30 000-50 000 рублей более 50 000 рублей</p> <p>10. Укажите Ваш пол Женский/Мужской</p> <p>11. Укажите род ваших занятий? Школьник Студент Рабочий(служащий) Бизнесмен, владелец предприятия, своего дела Безработный Пенсионер Другое:</p> <p>12. Укажите Ваш возраст? До 20 лет 21-30 31-40 41-50 51-60 60 и старше</p>
--	---

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Обложка событийного паспорта Амурской области



ПРИЛОЖЕНИЕ В

Ассортимент бренда «Благо»

