

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
--	---

Направление подготовки	43.03.02 «Туризм» код и наименование
Профиль	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Разработка предложений по организации и продвижению
событийного туризма в России»

Студент	18ЭТ1 номер группы	16.06.2022 подпись, дата	Пиксайкин Валерий Сергеевич ФИО полностью
Руководитель	К.Э.Н., доцент звание, должность		
	ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	16.06.2022 подпись, дата	Зинченко С.В. фамилия, инициалы
Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	23.06.2022 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

И.о. заведующего кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»	Гамидуллаева Л.А. подпись фамилия, инициалы
--	---

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК	Балахонова Е.В. подпись фамилия, инициалы
---------------	---

Пенза 2022

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка предложений по организации и продвижению событийного туризма в России

Автор бакалаврской работы: Пиксайкин В.С, группа 18ЭТ1.

Руководитель бакалаврской работы: Зинченко С.В

Год защиты бакалаврской работы: 2022.

Актуальность выбранной тематики диктуется тем, что событийный туризм – самое повальное и модное направление среди ценителей спорта, музыки и искусства. В первую очередь событийный туризм даёт туристу ярчайшие впечатления и часто является уникальным событием в культурной, спортивной и деловой жизни региона, а также всего мира. Целью бакалаврской работы является разработать предложения по организации и продвижению событийного туризма.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) Проанализировать рынок событийного туризма.
- 2) Проанализировать предложения туроператоров на рынке событийного туризма.
- 3) Проанализировать возможности развития событийного туризма в Пензенской области.
- 4) Разработать рекомендации по развитию событийного туризма.
- 5) Разработать рекомендации по продвижению событийного туризма.
- 6) Дать экономическое обоснование предложенных рекомендаций.

В ходе выполнения работы был проанализирован рынок событийного туризма России и города Пенза.

В ходе проведённого анализа рынка событийного туризма были выявлены проблемы данного вида туризма и разработаны рекомендации.

Автором работы предложены рекомендации по развитию событийного туризма в России и Пензенской области.

Объем бакалаврской работы составляет 55 страниц формата А4. Работа содержит 4 таблицы, 1 рисунок и 1 приложение, 42 использованных источника.

Содержание

Введение.....	4
1 Анализ современного состояния рынка событийного туризма.....	7
1.1 Анализ рынка событийного туризма в мире и в России.....	7
1.2 Анализ предложений туроператоров на российском рынке событийного туризма.....	21
1.3 Анализ возможностей развития событийного туризма в Пензенской области.....	27
2 Разработка предложений по организации и продвижению событийного туризма в России	31
2.1 Рекомендации по развитию событийного туризма в России	31
2.2 Рекомендации по развитию событийного туризма в Пензенской области	35
2.3 Экономическое обоснование предложенных рекомендаций	39
Заключение	45
Глоссарий	49
Список использованных источников	49
Приложения	54

Введение

Актуальность данной работы обуславливается тем, что событийный туризм является очень модным и массовым направлением среди тех, кто ценит искусство, музыку, а также спорт. Вероятно, самым главным преимуществом событийного туризма является то что он даёт яркие эмоции туристу, а также и почти всегда является особенным событием в жизни региона и мира. Туризм сам по себе как отрасль является довольно доходным и быстро развивающемся в хозяйстве всего мира. Об этом можно смело заявлять ведь согласно показателям на туризм приходится примерно 11 процентов валового национального дохода в мире. На момент 21 века международный туризм занимает где-то 36 процентов торговли услугами в мире. Издержки же на международный и внутренний туризм составляют примерно 13 процентов мирового валового продукта.

Торговые, транспортные, строительные, а также сельскохозяйственные отрасли сильно развиваются благодаря туризму и из-за этого туризм - это выгодный для вложения сектор экономики для развития. Но для того чтобы туризм активно развивался необходимо постоянно улучшать и расширять число предприятий размещения, питания и развлечений, и других, которые входят в его материально-техническую базу туризма и инфраструктуру.

А для того чтобы событийны туризм развивался и эффективно функционировал нужно создавать и правильно продвигать определенные события, которые придают интерес для мира и увеличивают желания туристов начать путешествовать. Именно поэтому нужно создавать новые и совершенствовать уже имеющиеся туристические продукты, повышать их свойства и качество чтобы гарантировать то что турист приедет на запланированное событие которое его заинтересовало. На данный факт следует обратить внимание всем российским туристическим фирмам.

Как мы уже говорили ранее, основой событийного туризма является уникальное событие в деловой, спортивной или культурной жизни региона или

планеты. Есть множество поводов для создания событийного тура. В качестве примера можно привести большие мероприятия в области спорта такие как «Олимпийские игры», чемпионаты мира или Европы по футболу, также гонки «Formula One», и множество других чемпионатов по хоккею, теннису и т.д. Музыкальные концерты, кинофестивали, цветочные и арт мероприятия, они так же относят к событийному туризму. Перед началом католического Великого поста происходят исторические карнавалы, на которые съезжаются люди со всего мира. Помимо карнавалов есть множество народных праздников, ярмарок, национально-культурных фестивалей. Для делового сектора событийного туризма крайне важны разнообразные экономические форумы и деловые выставки.

Тематика событийного туристического продукта изучалась многократно в статьях таких авторов как: Биржаков М. Б., Александрова А. Ю., Бабкина А. В., Балабанова И. Т., а также других авторов. Но тема событийного туризма и его туристического продукта, плохо изучена в России. Статьи недостаточно раскрывают особенности событийного туристического продукта.

Объект исследования – событийный турпродукт. Предмет исследования – особенности формирования событийного турпродукта.

Цель исследования – разработать предложения по организации и продвижению событийного туризма. Задачи исследования:

- 1) Провести анализ рынка событийного туризма.
- 2) Проанализировать предложения туроператоров на рынке событийного туризма.
- 3) Проанализировать возможности развития событийного туризма в Пензенской области.
- 4) Разработать рекомендации по развитию событийного туризма.
- 5) Разработать рекомендации по продвижению событийного туризма.
- 6) Дать экономическое обоснование предложенных рекомендаций.

Структура дипломной работы представлена следующими логическими элементами: введением, основной частью, представленной двумя разделами,

заключением. Завершает работу список использованных источников литературы и приложения.

1 Анализ современного состояния рынка событийного туризма

1.1 Анализ рынка событийного туризма в мире и в России

Если мы говорим об определениях событийного туризма, то существует множество вариации, но, пожалуй, самое точно это, событийный туризм - это один из видов туризма, для которого необходимо посетить определённую местность в определённое время, которое связанное с определённым мероприятием. Данное мероприятие - это набор явлений, которые уникальны для всего населения земли, либо для конкретного общества, малой группы. Мероприятие может быть уникальным и некогда не повторится, либо оно повторяется периодически, оно может быть каждый год или в определённые периоды времени. Чаще всего событийны тур уникален, индивидуален, и наполнен атмосферой праздника. Ярчайшие и уникальные моменты, которые запоминаются на всю жизнь - это как раз то что ожидает туриста в событийном туре [3, с. 32].

Если говорить о категориях событийного туризма, то их можно разделить по масштабу происходящего события. Так выделяют крупные международные события и более локальные национальные. Ещё можно обозначит несколько направлений которые зависят от темы события, их примеры вы можете увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Тематические событийные мероприятия и их примеры

Событийные мероприятия	Пример мероприятий
Аукционы	Аукцион Сотби; Кристи, аукционы Дрюю, Париж
Национальные праздники и фестивали	Фестиваль святого Патрика в Лондоне, фестиваль культур в Берлине, парад любви в (Берлине Германия).

Продолжение таблицы 1

Событийные мероприятия	Пример мероприятия
Театрализованные шоу	праздники на льду, шоу Romanza и шоу Mvsterv. (Германия); шоу Lord of the Dance (Великобритания); фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция)
Спортивные события	Олимпиады и международные состязания; автогонки Формула 1; автогонки NASCAR, США; ралли
Модные показы	Ready to Wear и Men s Fashion Париж (Франция); Milano Moda Bouna. Милан (Италия)
Фестивали кино и театра	Каннский фестиваль, Канны (Франция); театрализованный фестиваль Spierlart. Мюнхен (Германия); фестиваль «Вишневый лес», Москва (Россия); фестиваль оперного искусства, Верона (Италия)
Гастрономические фестивали	международный фестиваль пива, Берлин (Германия); большой британский фестиваль, Лондон (Великобритания)
Фестивали и выставки цветов	выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); выставка цветов во дворце Хэмптон Корт
Модные показы	Ready to Wear и Men s Fashion Париж (Франция); Milano Moda Bouna, Милан (Италия)
Фестивали музыки и музыкальные конкурсы	фестивали Capricies. Кранс Монтана и "Снег и Симфония"(Швейцария); фестиваль Ars Musica. Брюссель (Бельгия и искусство в Хенли (Великобритания); музыкальный конкурс «Евровидение»

Но если у объекта нет традиционного или исторического события, то его можно создать специально. В этом ещё одна особенность событийного туризма, это ежегодное пополнение новыми уникальными турами, которые были случайными, а превращаются в регулярные [3, с. 34].

Ещё одной уникальной особенностью является то, что событийный туризм неисчерпаем по содержанию. Некоторые специалисты по туризму предполагают, что вскоре событийный туризм превзойдет экскурсионный по количеству туристов [1, с. 56].

У событийных туристов чаще всего жесткий ряд требований к условиям их проживания, к таким основным пунктам как – гостиницы, транспорт (удобство доставки к месту проведения мероприятия), а также к услугам заведений общепита и услугам переводчиков и гидов. Мы уже подчеркивали тот факт, что множество событийных мероприятий становятся регулярными. Одно из таких событий это летний и зимние Олимпийские игры. В настоящее же время одним из популярнейших направлений событийного туризма является – карнавальный туризм.

А если мы говорим о карнавальном туризме, то на ум приходит такая страна, как Италия. Одним из самых больших, если не самым большим, является Венецианский карнавал, который проходит ежегодно в феврале. Целых 10 дней на улицах города воспроизводится атмосфера 18 века – маскарад, катание на лошадях, традиционные для итальянцев церемонии, все это и многое другое ждет вас на ярких улицах Венеции. Ежегодно на этот карнавал приезжает немногим более 500 тыс. чел. из разных стран. «Festa delle Marie» или «Праздник Марии» – это событие, открывающее Венецианский карнавал и посвященное освобождению девушек Венеции, похищенных истрийскими пиратами. [1, с. 57].

Множество разных мероприятий проходит в Греции, которые состоятся в ближайшие месяцы и будут продвигать обогащенный греческий туристический продукт, укрепляя при этом имидж страны как идеального направле-

ния для событийного туризма, ЕОТ (Национальная Организация по Туризму) провела под своей эгидой соответствующими решениями президента Греции. Гастрономическая и культурная акция «Наша собственная Греция» в Аттике, 11-й Фестиваль рассказывания историй «Сказки и мифы на спине кентавра», организованный в Пелионе и 17-й Международный фестиваль классической музыки Киклад, который происходят на Сиросе. Акция «Наша Греция», объединяющая культуру и гастрономию, будет проходить в течение июля, августа и сентября в Музее вина поместья Лазаридиса «Oinotria Gi». Акция включает в себя знакомство с греческим вином и его историей, дегустацию блюд традиционной греческой кухни и представление спектакля «Наша Греция» с участием фольклорного оркестра, певцов и актеров, в котором представлены исторические моменты жизни греков, античной памятники страны, солнца и греческих морей, известные мелодии великих композиторов (Хацидакиса, Теодоракиса, Маркопулоса, Цицаниса и др.) тексты ведущих мыслителей, писателей и поэтов (Макригианнис, Кальвос, Сеферис, Элитис, Рицос и др.) , а также кадры из фильмов известных режиссеров (Кундурос, Ангелопулос, Вулгарис и др.). Шоу будет проходить с английскими субтитрами и адресовано, в основном, иностранным гостям Афин, желающим глубже познакомиться с особенностями греческой культуры и гастрономии. 11-й фестиваль рассказывания историй «Сказки и мифы в кентавре на спине» проводится с 1 по 8 августа в Агиос Георгиос Нилеяс, на горе Кентавров. Это оригинальный фестиваль сторителлинга, который за последние годы собрал более 10 000 участников из Греции и многих зарубежных стран в разнообразной программе мероприятий. Фестиваль является членом международной нарративной фестивальной организации RED - International de Cuentacuentos, базирующейся в Испании, и направлен на распространение фольклорных литературных традиций и популяризацию нематериального культурного наследия человечества посредством нарративов, народных сказок и мифов, историй-легенд, показов и параллельных художественные выставки. В то же время, поскольку в настоя-

щее время это очень плодотворное учреждение для более широкого региона, оно вносит значительный вклад в продвижение Пелиона и его культурных традиций, а также в его превращение в сильное направление для событийного туризма. 17-й Международный кикладский фестиваль классической музыки состоится 12 августа в театре «Аполлон» в Эрмуполисе и 14 августа в амфитеатре под открытым небом Лазароглу в Мега-Ялосе с участием ведущих греческих и зарубежных солистов. Будут представлены произведения Вивальди, Бородина и Пяццоллы под управлением Никоса Халиасаса, а также будут сотрудничать Афинский струнный квартет Афинского государственного оркестра (КОА) и камерный оркестр, состоящий из участников КОА. Фестиваль укрепляет культурный авторитет Сироса и предлагает посетителям возможность совместить летние каникулы с посещением высококачественных музыкальных мероприятий.

Крупным фестивалем является карнавал Виареджио, который начинается на площади Мачини. Чуть ли не круглые сутки выступают музыкальные коллективы, оркестры, а также проходит множество праздничных шествий и маскарадов. Самым особенным на этом карнавале являются куклы-двойники, которые пародируют известных людей и деятелей политики.

Перенесемся в Германию, где 11 ноября начинаются карнавалы в Кёльне, Бонне, Дюссельдорфе и Майнце. И, конечно же, самый большой и известный карнавал проходит в Кёльне. Почти 1,5 млн. чел. проходят парадом, чтобы отпраздновать праздник, и несут огромные куклы из папье-маше. Также во время карнавала проходит фестиваль под названием «Пурпурный вторник», во время которого горит большое соломенное чучело. А заканчивается все в Пепельную среду, когда все участники карнавала рисуют на лбу кресты и едят рыбные блюда.

Еще одна карнавальная страна - Франция, где знаменитый Карнавал 1294 г. в городе Ницце начинается в конце февраля и заканчивается в начале марта. Ежегодно в нем участвует около 1 млн. туристов. На карнавале выби-

рают королеву и короля, которые ведут главные события «Парад голов» и «Цветочные битвы» (огромные модели голов весом до двух тонн и размером до 12 метров ездят по городу на телегах) [3, с. 35].

Канарские острова – прекрасное место для отдыха и главное место проведения карнавала в Испании. С 18 века здесь проводятся маскарады и праздничные шествия. Одним из самых популярных занятий является «яичный бой» (яйца покрываются мукой или порошком). Другой факт - битва верблюдов, «похороны сардины» тоже заинтересуют туриста, правда из-за названия.

В феврале карнавал также проходит в Бразилии. Он длится 7 дней и завершается «Парадом чемпионов». В фестивале принимают участие многие танцоры из различных специальных танцевальных школ самбы.

Гонки «Formula One» стали вехой в событийном туризме. Есть отличные туры по всему миру, где туристы могут путешествовать со спортсменами и их командами круглый год на каждый новый Гран-при. Примером может служить следующий маршрут: Бахрейн — Малайзия — Австралия — Сан-Марино — Германия — Монако — Венгрия. Но такое удовольствие – покупка недешевая, поэтому принимать участие в подобных экскурсиях могут только люди с высоким уровнем дохода [1, с. 37].

Также есть интересный аналог гонок «Formula One» - авиационные соревнования «Red Bull». Эти гонки являются одним из самых увлекательных и веселых видов спорта и прочно вошли в современный событийный туризм. Первая гонка «Red Bull Air Race» состоялась в 2003 г. В 2005 г. гонка стала известна как «Мировая серия Red Bull Air Race, формула Red Bull». Гонка проходит в 9 этапов в разных странах.

Событийный туризм в России на данный момент не развит не так сильно, как хотелось бы и довольно просто можно назвать мероприятия и места их проведения, чаще всего это праздники и фестивали в главных городах России т.е. в Москве и Санкт-Петербурге. Но с недавних пор наблюдается рост инте-

реса к поездкам на родину Деда Мороза и различным масленичным праздникам.

Об известных мероприятиях мы спрашиваем в анкете, с которой вы можете ознакомиться в приложении А.

На рынке России представлено достаточно малое количество туроператорских фирм, предлагающих спортивно-событийные и тематические туры. Это связано с тем что, нашей стране событийны туризм развит недостаточно сильно и занимает малую доля в отрасли, но даже несмотря на это есть достаточное количество позитивных примеров событийного туризма на уровне регионов. Наш продукт всё еще мало конкурентоспособен и нам нужно обратить внимание на уникальные природные и общественные события, чтобы создать больше уникальных событийных туров, которые привлекут туристов и соответственно сделают весомый вклад в бюджеты регионов и всей страны. Событийны туризм в России на данный момент не развит не так сильно, как хотелось бы и довольно просто можно назвать мероприятия и места их проведения, чаще всего это праздники и фестивали в главных городах России т.е. в Москве и Санкт-Петербурге.

Полный список компаний, которые специализируются на организации событийных туров представлен в таблице 2 [6].

Таблица 2 – Туристические компании, которые занимаются организацией событийного туризма, их основные направления, а также маршруты

Наименование компании	Местоположение компании	Основные направления туров
American travel	Москва	Туры по США –пляжный отдых, горные лыжи. круизы
Anitaris	Москва	Свадебные путешествия

Продолжение таблицы 2

Наименование компании	Местоположение компании	Основные направления туров
Valtex travel	Москва	Основные маршруты: «Аргентинское танго», «Австралийские приключения», туры по Таиланду
Olymoia-reisen	Новосибирск	Организация конференций, свадебных туров, круизов
Волга тур	Ярославль	Конференции, праздники на Золотом кольце
Планета Якутии	Якутск	Экологические туры, экстремальный туризм
Планета Лайн	Владивосток	Свадебные туры и туры за рубеж
Ticket group	Москва	Туры на крупные спортивные мероприятия

Одними из самых крупных и знаменитых компаний в туристической направленности является «ТикетГрупп» и «Роза Ветров». Роза ветров, например, имеет в своём арсенале множество тур поездок спортивной направленности, это, например, туры на Зимнее и Летние Олимпийские игры на футбол (Чемпионаты мира и Европы), также туры на хоккейные мероприятия (Чемпионаты Мира, матчи Национальной лиги), событийные туры на гонки «Formula One», теннисные соревнования, гольф и многое другое.

Ещё одной хорошей туристической компанией по событийному туризму о которой мы говорили ранее является «ТикетГруп». «ТикетГруп» уже около 10 лет действует в секторе событийного туризма. У неё огромный спектр услуг по событийным туризмом который может удовлетворить запросы почти любого событийного туриста, от не дорогого тура на футбол выходного дня до VIP предложения на самые крупные и захватывающие спортивные мероприятия, такие как Финал Лиги Чемпионов, Финал Чемпионата мира или Европы по футболу [7].

На сайтах операторов можно ознакомиться с календарём событий (график) международных событий на несколько лет вперед (но нужно помнить, что могут случиться события которые перенесут или вообще отменят эти мероприятия). Постоянных клиентов и преданных фанатов фирмы могут пригласить поучаствовать в поддержке нашей сборной по хоккею или футболу. Есть так же похожая услуга, но для более крупной Олимпиады. Если турист любит скорость, то ему за туром на «Formula One». Но это дорогостоящие удовольствия [8]. Ранее мы так же упоминали авиационные гонки «Red Bull» они прочно закрепились в спортивном событийном туризме. Программа туров есть и туда, а также все туры предлагаются на основе пакета услуг т.е. это значит, что у туриста есть весь набор, как правило это авиабилеты, проживание, трансферы, визовая поддержка, медицинская страховка, билеты на спортивно – событийные мероприятия.

«Уимблдонский теннисный турнир» - это один из крупных и дорогостоящих турниров. На него только входной билет на женский чемпионат стоит 2500 фунтов на двоих, это примерно 163 450 руб., а входной билет на финал мужского чемпионата нужно потратить 8170 фунтов это чуть больше полумиллиона рублей по нынешнему курсу валюты. Плюс оплачивается перелет «Москва - Лондон - Москва», проживание в отеле и медицинская страховка.

Таким образом нужно отметить что спортивно-событийные туры - это

достаточно дорогое удовольствие и доступны они лишь людям с доходом выше среднего. Но даже не смотря на высокую стоимость число участников событийных туров с каждым годом растёт и скоро превзойдёт число экскурсионных туристов.

Как уже мы писали ранее событийный туризм уникален и почти бесконечен по наполнению. Он является важным сектором индустрии туризма и развлечений. Гостиницы и отели выигрывают в первую очередь, они очень быстро заполняют свои номера и получают высокий доход. Чем больше уникальных мероприятий будет проходить в России, тем больше людей со всей планеты захотят посетить нашу прекрасную страну, а страна получит доход [9].

Ещё стоит упомянуть сервис для туристов, которые предпочитают путешествовать самостоятельно, для таких туристов существует портал «Eventguide», который является одним из членов Российского союза туриндустрии. «Eventguide» - это справочник для активных и независимых туристов, которые посещают различные мероприятия в России и за границей [10]. Кроме банального описания портал позволяет узнать информацию о том, как добраться до нужного события и сколько всё будет стоить, тем самым очень сильно экономит время независимого туриста, который пытается найти информацию, которую часто найти проблематично [11].

Если говорить о событийном туризме в Российской Федерации, то мы придём к неутешительному выводу, что мероприятий приносящий высокий доход не так уж и много, и они не очень успешно справляются с задачей привлечения масс российских и заманиванием иностранных туристов.

Говоря более конкретно к аспектам, которые препятствуют формированию конкурента способного туристического событийного продукта в регионах можно отнести:

- 1) Слабая региональная туристская инфраструктура и том числе инфраструктура, которая нужна для организации событийного туризма

2) Отсутствие понимания что событийный туризм является высокодоходным видом туризма

3) Малое количество опытных специалистов в области туризма

4) Не достаточно информации о проведении событийных мероприятий в областях России, а также недостаток рекламы

Если к событийным туристическим продуктам отнесутся должным образом, а именно разработают стратегию продвижения и развития, то событийный туристический продукт может занять свою не мало важную нишу на рынке внутреннего туризма.

Мы предлагаем следующие меры для развития событийного туризма в Российской Федерации:

1) Создать единое информационное пространство, для этого потребуются так называемые конвеншн-бюро;

2) Создание календаря (графика) крупных событий;

3) Упростить визовый режим на момент проведения крупных мероприятий;

4) Государственная поддержка крупных и важных для людей мероприятий таких, например, как «Алые паруса» в Санкт-Петербурге; «Абалакское поле» в Тюменской области; Общегородской праздник «Широкая Масленица» в Москве; Рок-фестиваль «Нашествие» и т.д

Чтобы развить событийный туризм областях и регионах Российской Федерации мы предлагаем:

1) Добавит в региональные программы по развитию туризма больший акцент на событийный туристический продукт в том числе и обратить внимание на инфраструктуру, связанную с событийным туризмом;

2) Обратить внимание на уникальную историю и культуру регионов и создать на их основе новый событийный туристический продукт;

3) Содействовать инвестиционным проектам, которые связаны с событийным туризмом [12].

Правительство Москвы предпринимает активные попытки по совершенствованию событийного туризма в рамках реализации программы по совершенствованию индустрии туризма. Они планируют создать программу и ряда мероприятий которые привлекут существенное количество людей и России и других стран. Пожалуй, самыми успешными туристическими продуктами связанные с событийным туризмом можно назвать: «Широкая Масленица», «Ночь музеев», Международный конкурс имени Чайковского, World Press Photo. Также крайне удачным событийным мероприятием является - международный музыкально-военный фестиваль «Спасская башня». Как раз такие мероприятия и формируют событийное лицо не только Москвы, но и всей страны.

Даже не смотря на то что событийный туризм не очень хорошо закрепился во внутреннем туризме России, а совсем недавно его вообще было очень мало, есть примеры организации хороших региональных мероприятий. Мы сейчас конечно говорим о фестивале зимних игр под названием «Зимняя олимпиада» которая проходит в Иркутской области. Впервые данный фестиваль прошёл в 2003 г. С тех пор фестиваль стал традиционным и проводится каждый год и известен не только среди местных, но и среди жителей других регионов. С 2003 г, когда на мероприятии было всего 600 чел. местных количество людей увеличилось до 40 000 чел., в основном это спортсмены из России и стран дальнего зарубежья.

Даже имея такие положительные примеры событийного туризма, его всего ещё сложно назвать конкурентоспособным на внутреннем и мировом рынках. Дополнительно нужно отметить то что формирование, продвижение, становление и развитие событийного туризма как важного фрагмента туристической отрасли невозможно без координированных усилий органов государственной власти всех уровней, бизнеса, а также науки.

Подводя итоги данной темы хотелось бы отметить, что главными плюсами событийного туризма являются его все сезонность и высокая прибыль-

ность. Хотя большого развития событийный туризм как источник большой прибыли ещё не закрепился. В стране все ещё очень мало мероприятий, которые не только регулярно повторяются, но ещё и привлекают большие массы местных и зарубежных туристов. Также нужно вспомнить что событийные туризм ежегодно пополняется новыми событийными туристическим продуктами, что является его несомненным плюсом. Люди, которые прибыли в регион с целью посещения мероприятия, так же являются потенциальными клиентами и для других видов туризма региона. Из недостатков можно выделить высокую стоимость событийного тура, а также непредсказуемость спроса.

Согласно экспертным прогнозам событийный туризм будет занимать более важную роль в отрасли и всё больше людей будет интересоваться им. А собственно для самих туристов событийный тур это уникальное приключение, которое дарит незабываемы эмоции, а также даёт повод познакомиться с традициями и культурой другой страны и повстречать интересных людей из местного населения.

Дополняя информацию о рынке событийного туризма в Российской Федерации можно выделить несколько аспектов:

1) Ростуризм и его партнёры устраивает большое количество событийны мероприятий (например, события, приуроченные к празднованию юбилеев победы в Бородинской битве, в честь этого проводятся исторические реконструкции, которые заинтересовывают внимание множества людей что делает это мероприятие полноценно туристическим событием);

2) Поддержка событий в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 гг.)», в которой прописаны задачи по продвижению и распространению российского туристического продукта;

3) Ростуризм постоянно помогает найти место для регионов в событийном туристическом рынке России и мира, а также создавать возможности для

рождения полноценного событийного ряда во всех регионах России [13].

Мы уже говорили о том, что Москва и Санкт-Петербург являются лидерами в России в области событийного туризма, но стоит ещё вспомнить другие города такие как: Казань которая является полноправным центром спортивного событийного туризма, Екатеринбург, который является центром делового событийного туризма, Пермь в которой проводится множество фестивалей. Так же стоит отметить регионы с большим потенциалом, это регионы Северного Кавказа, Краснодарский край [13].

Так же в итогах нужно вспомнить о «Eventguide» - это справочник для активных и независимых туристов, которые посещают различные мероприятия в России и за границей.

Вспоминая проблемы нужно отметить что в регионах России мало понимание о высокой доходности событийного туризма. Ведь турист это не только отдыхающий и тот, с кем приходит бизнес и перспективы. Об этом нужно помнить и использовать [10].

Вы также должны следить за важными событиями, которые формируют лицо области. К таким событиям относятся «Авиньонский театральный фестиваль», фестиваль «Белые ночи в Перми» или Венецианская биеннале. Каникулы выпускников петербургских «Красных парусов» начались в 2005 г. и с тех пор проводятся ежегодно. Теперь это международное мероприятие. Название фестиваля и сюжет сцены взяты из произведения Александра Грина [7].

Следует упомянуть и другие области. Например, Пермский край, где в течение календарного года проходит множество фестивалей различного масштаба: «Дягилевские сезоны», «Небесная Уральская ярмарка» и многие другие [1].

В нашей стране событийный туризм развит недостаточно сильно и занимает малую долю в отрасли, но даже несмотря на это есть достаточное количество позитивных примеров событийного туризма на уровне регионов.

Наш продукт всё еще мало конкурентоспособен и нам нужно обратить внимание на уникальные природные и общественные события, чтобы создать больше уникальных событийных туров, которые привлекут туристов и соответственно сделают весомый вклад в бюджеты регионов и всей страны.

1.2 Анализ предложений туроператоров на российском рынке событийного туризма

Индустрия туризма как многопрофильная отрасль чрезвычайно сильно пострадала от нынешнего кризиса 2020/21 г. с ограничениями на поездки и передвижение, а также снижением или отсутствием спроса. Несколько локдаунов, временные послабления, но ограничения снова и снова. В мире нет сегментов и регионов, которые не пострадали бы. Пандемия будет сопровождать нас и в 2022 г., формируя туристическую отрасль. Эксперты далеки от того, чтобы говорить о нормальном развитии отрасли и прогнозируют долгую фазу восстановления. Насколько велики будут потери в спросе, продажах и доходах, станет видно лишь постепенно. Также меняется ли и как меняется поведение в поездках и планы на отпуск.

Многочисленные институты и отраслевые ассоциации проводят специальные исследования центральной короны и публикуют важные ключевые цифры. Многие основаны на еженедельных или ежемесячных опросах и часто представляет собой моментальные снимки незадолго до, вовремя или после ограничений на поездки или послаблений.

Новое десятилетие началось с того что разразилась пандемия она она серьёзно ударила по всем видам туризма. Было введено множество ограничений, на въезд и выезд в зарубежные страны, медицинские тесты, маски, которые ограничивали общение. И разумеется болезнь сильно ударила по событийному туризму всего мира. Были отменены почти все мероприятия, концерты,

спортивные соревнования, карнавалы. Это стало сокрушительным ударом по мировому событийному туризму.

2020 г. для мирового туризма оказался крайне неудачным, что нельзя сказать о Российском внутреннем рынке туризма. Путешествия - это важная часть жизни многих людей поэтому, когда были закрыты границы, они устремили свои взор на внутренний рынок путешествий. Краснодарский край и Крым сразу вырвались в лидеры продаж путёвок. Калининградская область не отставала от своих конкурентов – август месяц смог похвастаться заполняемостью гостиниц на побережье почти на 100 % [1].

Эксперты считают, что поток туристов в прошлом летнем сезоне упал на 9 % если сравнивать с летом 2021 г. Но на данный момент - это всё ещё хороший показатель: в 2020 г. сезон адекватно стартовал только с начала июля. При этом в разных регионах ситуация отличается. В Крыму отдохнуло в 1,5 раза больше туристов, в сентябре так же остается положительная динамика. А поскольку стоимость и продолжительность отдыха возросла, владельцы жилья на платформе «Суточно.ру» заработали почти в два раза больше, чем летом 2021 г. На 15 % возросло количество туристов в Краснодарском крае, а вот в Кавминводах показатели не изменились [1].

Рынок культурной столицы в плане спроса начала нормализоваться только с конца июля, и из-за это процент общего потока туристов упал на 40 пунктов, если сравнивать с 2021 г. за тот же период. На 50 % упало количество брони в Москве из-за долгих ограничений и отсутствие деловых поездок. В Казани так же зафиксировано двукратное обрушение: без больших, событийных празднеств город оказался не так интересен приезжим [1].

Событийный туризм крайне важен для индустрии туризма. Но и на этот вид туризма пандемия не обошла стороной и оказала крайне деструктивное влияние, и по сей день множество массовых мероприятий подвергается разным ограничениям. Но даже несмотря на это эксперты именно его считают наиболее амбициозным и перспективным видом туризма, поскольку с каждым годом

процент доли событийного туризма повышается по сравнению с другими видами туризма. Культурный, спортивный, образовательный и множество других видов включает в себя событийный туризм, но не все из этих направлений могут привлечь туристов и принести доход региону и туризму России в целом.

По сравнению с Европой российский событийный туризм только начал развиваться, но уже почти в каждой области проводились различные фестивали, форумы, концерты, выставки, конференции и т.д. Россия очень озабочена привлечением потока туристов на своей территории, поэтому наша страна будет стремиться делать всё возможное для воплощения, всех проектов, которые есть на данный момент в реальность. В качестве примера можно вспомнить что, в 2012 г. впервые была проведена Всероссийская открытая ярмарка «Russian Open Event Expo», которая была ориентирована на формирование и улучшение событийного туризма. «Russian Event Awards – это национальная премия, которая появилась в этом же году. В 2020 г. на присуждение Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» было заявлено 380 уникальных проектов из 49 регионов России и 3 зарубежных проекта, осуществлённые в Молдове и Объединенных Арабских Эмиратах (ОАЭ). Центр развития туризма Свердловской области и ФРОС Region PR стали теми, кто организовал финал этой престижной премии, при поддержке Правительства региона и Министерства инвестиций и развития Свердловской области. Финал Национальной премии Russian Event Awards прошел 10 декабря 2020 г. но из-за пандемии было множество ограничений [3].

Помимо всего этого, в 2016 г. был проведен Первый Всероссийский туристский образовательный форум «Россия событийная». В 2019 г. принята Стратегия развития туризма в РФ до 2035 г., в которой подчеркивали значимость событийного, который способен увеличить и во много раз приумножить туристский поток в регион [2].

Сегодня Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи и Екатеринбург являются лидерами по организации мероприятий в России на самом высоком

уровне. Именно развитие событийного туризма способствует увеличению турпотоков в Москву, которые увеличиваются с каждым годом, и это подтверждается следующей статистикой: в 2010 г. Москву посетило 12,8 млн. человек, в 2016 г. – до 17,5 млн. человек., в 2019 г. - 25 млн. туристов. Однако следует отметить, что администрация делает упор на развитие событийного туризма практически во всех регионах России. Например, самые известные события в Санкт-Петербурге - праздник «Алых Парусов» и «День города». Эти торжества проходят при активной поддержке администрации города. А также очень интересные и другие не менее увлекательные мероприятия: фестивали, выставки, форумы и многое другое. Ежегодно в Санкт-Петербурге и области проводится около 1000 праздников и торжеств.

Прекрасный город Екатеринбург не уступает культурной столице, когда речь идет об отдыхе по разным направлениям: музыкальному, спортивному, деловому и театральному. Учитывая, что город давно открыт для иностранных туристов, большинство событий в нем происходят сравнительно недавно. Но даже за столь короткое время они стали известны и любимы во всем мире. Возьмем для примера: во-первых, ежегодное мероприятие «День города», во-вторых, ЧМ-2018, в-третьих, ежегодное международное музыкальное шоу «URAL MUSIC NIGHT» и так далее.

Одной из основных характеристик событийного туризма является то, что каждый год он пополняется новыми турами, зачастую переходящими из категории разовых в регулярные.

Также среди мероприятий, привлекающих иностранных туристов в Россию, есть крупные международные спортивные мероприятия (Кубок Кремля по теннису, хоккейные турниры и футбольные матчи, Северные праздники спорта в Мурманской области), культурные мероприятия (Международный фестиваль), Международный фестиваль народных праздников (Якутские праздники в честь начала лета, «Недели культуры и искусства разных стран или народов» и «Русская Масленица» в Москве), историко-

культурный фестиваль («Времена и эпохи» в Москве). В России также много музыкальных мероприятий – Грушинский фестиваль, «Рок над Волгой», фестиваль электронной танцевальной музыки «СЕНСАЦИЯ» в Санкт-Петербурге и другие мероприятия, связанные с разными направлениями в музыке и выступлениями разных мировых исполнителей.

Другим известным событием стало празднование в конце мая 2003г. 300-летия основания Санкт-Петербурга. Юбилей города привлекают посетителей не только из России, но и из-за границы. Для ветеранов Второй мировой войны по всему миру возможность посетить Россию – это 9 мая окончание войны.

Многих россиян привлекают мероприятия, проходящие летом в южных городах страны. Это карнавалы – открытие праздничного сезона в Геленджике и Анапе, музыкальные и кинофестивали. За последние годы российские города и регионы приобрели хороший опыт реализации масштабных проектов массовых мероприятий в рамках празднования различных юбилеев и праздников. Так, например, 1000-летие Казани, 1150-летие Великого Новгорода. С помощью этих событийных проектов города получили финансирование на обновление инфраструктуры, исторических центров, а также повышение имиджа местности [30, с. 17].

Одной из самых популярных тем, интересующих посетителей, было редкое природное явление, такое как цветение в Алтайском крае или окончание полярной ночи в Мурманске. На втором месте исторические реконструкции и спортивные мероприятия (см. рис. 1). Говорят, что самыми популярными туристическими направлениями в России являются Москва и Санкт-Петербург. Далее идут города Золотого кольца. Кроме того, австрийцы активно интересуются круизами по Волге и поездками по Транссибирской Стрелке Волхов. Немцы также пытаются увидеть «широту» России, проезжая по главной железной дороге страны. Владивосток и Иркутск (озеро Байкал), вероятно, будут популярны у китайских туристов. Иранцы заинтересованы в поездках в олим-

пийскую столицу 2014 г. – город Сочи, что является показателем целенаправленного продвижения продукта на иранском рынке. Жители Юго-Восточной Азии хотят увидеть потрясающий сибирский город Иркутск, севера России – Мурманск и «далекую» Камчатку.

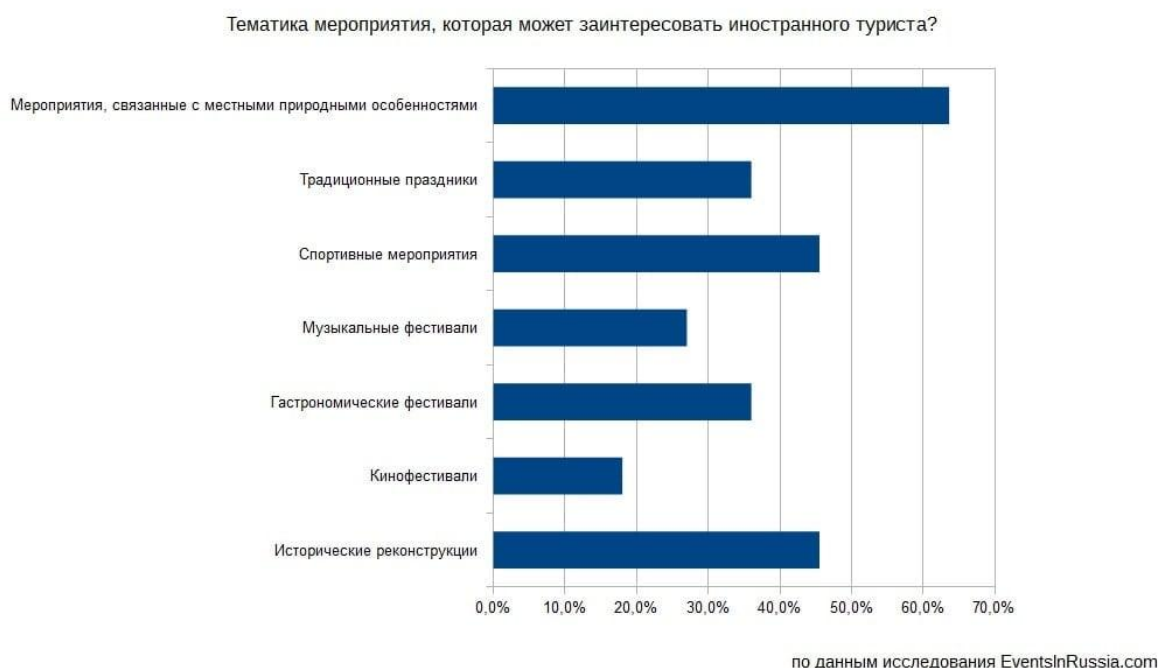


Рисунок 1 – Анализ предложений туроператоров на российском рынке событийного туризма

Однако вопрос финансовой эффективности таких мероприятий, в том числе с участием туристов, почти всегда оставался вне этих проектов, хотя инвестиции в них достаточно значительны. Изучая материалы событийного туризма, мы не нашли конкретных и реальных анализов и исследований финансовой эффективности событийного туризма. Поэтому можно сказать, что настоящей полномасштабной индустрии событийного туризма в России сейчас нет.

Подводя итог, можно сказать, что событийный туризм оказывает значительное влияние на отрасль в целом, влияя на широкий спектр человеческой жизни: политический, экологический, социокультурный и другие аспекты. Основная цель мероприятий – увеличить поток туристов в регион, при-

влечет внимание к региону и его ресурсам. Для туристической отрасли очень принципиально развивать и совершенствовать событийный туризм на местности русской Федерации, ведь к обслуживанию всех гостей мероприятия привлечены заведения размещения, заведения питания, транспортные компании. В конечном счете все компании активируются и все участники, и инициаторы получают доход.

1.3 Анализ возможностей развития событийного туризма в Пензенской области

Поскольку не существует официальной статистики по событийному туризму, очень сложно оценить, в каком состоянии на сегодняшний день находится событийный туризм в области. К тому же, слишком много туров и предложений разного формата относится к данной отрасли.

Если рассматривать количество объектов, на базе которых можно развивать событийный туризм, то можно отметить, что в Пензенской области есть огромный потенциал для создания большого количества событийных туров. Ведь Пензенский регион имеет невообразимое количество культурных и социально-экономических ресурсов. Социально-экономические туристические ресурсы – это структура экономики, инфраструктура (туристическая, транспортная и инженерная), сеть населенных пунктов, жилье, трудовые ресурсы и занятость. Что касается культурно-исторических ресурсов, то это памятники истории, места, связанные с известными людьми и событиями, а также и традиции, которых не перечесть у русского и других народов, живущих на Пензенской земле.

На территории области не хватает действующих эффективных механизмов помощи предприятиям туристской сферы в организации качественного обслуживания гостей и единых стандартов, которые смогут гарантировать определенный уровень обслуживания. Невысокое качество обслуживания в

сфере туризма объясняется необходимостью подготовки кадров туристской сферы на базе средне специальных и высших учебных заведений области. Качественное обслуживание в сфере туризма должно использоваться как инструмент для повышения конкурентоспособности каждого отдельно взятого предприятия и всего туристского направления области. Следует отметить, что в Пензенской области обучением по специальности в сфере туризма занимаются один университет, две академии и один учебный центр.

На территории области одной из главных задач является помощь и поддержка развития событийного туризма. Благодаря выстраиванию долгосрочных целевых программ развитие туризма в Пензенской области Правительство стремится поднять событийный туризм на новый уровень. Нужно отметить, что в 2021 г. Правительством Пензенской области была принята стратегия развития туризма в Пензенской области до 2035 г., утвержденная распоряжением Правительства Пензенской области от 29.10.21 № 625-рП. Стратегия определяет систему основных приоритетов и важные направления развития сферы туризма на территории Пензенской области.

Для того чтобы привлечь новых туристов в Пензенскую область на её территории проводится множество интересных мероприятий, среди такие события как праздник поэзии Лермонтова, фестиваль джазовой музыки «Jazz May Penza», «Хрустальное сердце России» - мероприятие по художественному стеклу. 2020 г. очень сильно ударил по событийному туризму Пензенской области введя множество ограничений из-за пандемии, как раз из-за этого многие мероприятия были отменены или переведены в онлайн [2].

В Пензенской области существует портал, на котором собрана информация о множестве событийных мероприятий некоторые из них более значимы, например, «Белинская весна», или Купринский литературный праздник, ярмарка в музее А.Н. Радищева. Все эти мероприятия и многие другие есть на портале, о котором мы говорили ранее по названию «Национальный календарь событий». Многие мероприятия из этого списка входили топ-200 интересных

событий всей страны.

Пензенская область имеет достаточный туристско-рекреационный потенциал, который определяется следующими факторами:

- разнообразие природных условий;
- благоприятные климатические условия;
- богатство растительного и животного мира;
- высокий уровень хозяйственной освоенности территории;
- большое число памятников культурно-исторического наследия;
- современная и динамично развивающаяся инфраструктура санаториев, домов отдыха, других объектов рекреации.

К большому сожалению в Пензенской области всего 19 % агентств которые специализируются на внутреннем туризме. И даже при такой малочисленности абсолютно все услуги не предоставляет никто. Чаще всего это банальный транспорт, экскурсовод, организация питания и жилья.

Группы учащихся является самыми частыми заказчиками туров в область их примерно 80%. Далее идут предприятия, которые заказывают туры для своих работников их около 70 %. Места для деловых гостей заказывают примерно 20 %. Частные лица крайне редко обращаются за туром, примерно 20 %. И самый меньший процент заказов имеют туры для агентств и частных лиц из других регионов, всего 10 %. По результатам опроса, который мы провели благодаря анкете из Приложения А, мы выяснили что наибольшим спросом в Пензенской области пользуются такие места как «Тарханы», Наровчат, Никольск.

Отмечая степень популярности отдельных пензенских тур объектов, а также их привлекательность для потребителей, можно говорить о наличии стабильного спроса на событийный туризм. Большой показатель спроса на данные виды туризма объясняется желанием людей города, проживающего в условиях городской среды, проводить свой отдых на природе. На данный вид туризма в основном обеспечивает спрос молодежь в возрасте от 16 до 23 лет,

это следует учитывать так, как у данного сегмента туристов ограниченная платежеспособность.

2 Разработка предложений по организации и продвижению событийного туризма в России

2.1 Рекомендации по развитию событийного туризма в России

Исследовав все тенденции и направленности в области развивающегося событийного туризма в Российской Федерации и за рубежом, а также проведя анализ ресурсного потенциала Пензенской области для последующего развития событийного туризма, были разработаны методологические указания для более эффективного применения туристических ресурсов. Природный и историко-культурный потенциал является важным фактором в развитии событийного туризма. Главной целью методологических рекомендаций является формирование и развитие в России эффективного и способного противостоять конкурентам туристского комплекса мероприятий, который будет обеспечивать наибольшие возможности для удовлетворения потребностей людей в разнообразных туристских услугах, а также значительный вклад в развитие экономики региона (налоговые поступления в бюджет, увеличение количества рабочих мест, сохранение и рациональное использование объектов историко-культурного наследия и природного потенциала), а также методика по формированию привлекательно имиджа для региона с целью его посещения [11, с. 120].

В соответствии с поставленной целью первоочередными задачами методических рекомендациями являются:

- улучшить рекламно-информационное, кадровое обеспечение туристической;
- преобразовать законодательство в туристической сфере (в том числе и для событийного туризма);
- начать строительство новых объектов, которые соответствуют всем современным стандартам с целью развития инфраструктуры туризма, а

также улучшение материально-технической базы;

– реклама с целью создание хорошего имиджа о регионе как внутри него, так и за его пределами.

Для того чтобы выполнить рекомендации мы будем действовать в пяти направлениях:

1) Для того чтобы поддержать туристическую деятельность (в том числе событийный туризм) нужно придерживаться следующих мер:

– улучшение законов о туризме в том числе и событийного туризма;

– обратить внимание государства на стабилизацию цен и ценовой политики для обеспечения стабильного дохода субъектов РФ в туристской индустрии;

– защита прав туристов и их интересов;

– усовершенствование единой базы стандартизации и классификации объектов индустрии туризма;

– грамотное использование туристических ресурсов без ущерба окружающей среде;

– улучшить безопасность в сфере туризма и в том числе событийного туризма;

– укрепить сотрудничество с соседними областями в аспектах событийного туризма;

– улучшение качества обслуживания туристов в соответствии с требованиями технических, нормативных и правовых актов;

– обеспечение достаточного уровня финансирования отрасли, в том числе за счет привлечения кредитных ресурсов;

2) Новая политика кадров в сфере событийного туризма предусматривает:

– создание системы непрерывного образования в области по всем специальностям индустрии туризма и гостиничного дела на базе образовательного стандарта при тесном взаимодействии всех субъектов туризма.

Методическое обеспечения развития туризма, направлено на:

- разработку программ, проведение маркетинговых исследований спроса и предложений, оценку и прогнозирование конъюнктуры туристского рынка;
- улучшение качества информационной среды в области событийного туризма;
- активное применение инновационных разработок в практической работе туристической индустрии [47]. Одной из главных задач является создание новой маркетинговой политики по продвижению событийного туризма.

3) Продвижение событийных туров на российский и международный рынок туристских услуг при помощи маркетинга.

- разработка улучшение уже существующих стратегии развития событийного туризма;
- развитие международного сотрудничества в сфере событийного туризма; – совершенствование системы деятельности туристско-информационных сайтов в единое пространство;
- реклама при помощи издания большим тиражом рекламных материалов и их размещение в Интернете;
- увеличение количества туристических выставок, а также участие в международных с целью рекламы и продвижения.

4) Обеспечение рекламой и информацией в событийном туризме предполагает:

- печатные издания материалов с информацией о туристическом потенциале (каталоги, рекламки, брошюры, буклеты);
- создать календарь (график) в котором прописанный все событийные мероприятия региона, их начала и окончание;
- организовать больше туристических выставок, а также участвовать в международных на территории России.

5) Улучшение материальной основы событийного туризма выражается:

- в увеличении инвестирования для постройки новых и реконструкции

старых туристических объектов;

- в улучшение качества пассажирских перевозок путём модернизации текущего транспорта [76, с. 80].

Таким образом выполнение рекомендации приведет к тому, что повысится политическое, социально-культурное и политическое развитие нашего региона. Событийный туризм может дать существенный толчок для решения проблем региона и положительно скажется на всех отраслях туристкой экономики и будет способствовать:

- созданию новых рабочих (в первую очередь для представителей молодежи);

- росту дохода местного населения;

- способствовать возрождению культуры и традиции области;

Одним из основных эффектов выполнение методологических указаний будет формирования ситуации, когда потребности населения в отдыхе полностью удовлетворены, а также ситуации где молодое поколение приобщается к активному отдыху и участвует в событийных мероприятиях.

Так же повысится доход региона и сформирует стабильный рост. Но для полного выполнения указаний требуются инвестиции, поэтому представлены следующие задачи:

- создание новых инвестиционных проектов;

- привлечь вложения частных и банковских лиц;

- создание новой налоговой политики в области индустрии туризма;

- привлечение иностранных инвесторов;

Анализирую всё выше сказанное, развитие туристской отрасли позволит гарантировать существенные пополнения денежных средств в бюджет области. Прежде всего, за счет увеличения доходов от реализации услуг туризма и связанных с ними видов деятельности. При исполнении всех методологических рекомендаций можно прогнозировать, что событийные мероприятия будут влиять на приток иностранных туристов, что приведет к укреплению мате-

риально-технической основы.

А для того чтобы событийный туризм развивался и эффективно функционировал нужно создавать и правильно продвигать определенные события, которые придают интерес для мира и увеличивают желания туристов начать путешествовать. Именно поэтому нужно создавать новые и совершенствовать уже имеющиеся туристические продукты, повышать их свойства и качество чтобы гарантировать то что турист приедет на запланированное событие которое его заинтересовало. На данный факт следует обратить внимание всем российским туристическим фирмам.

Таким образом совершенствование туризма будет способствовать созданию новых рабочих мест, экономическому развитию. Преимущество туристической отрасли в неиссякаемости ресурсов при должном использовании. Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что событийный туризм приоритетная отрасль экономики, которая способствует развитию региона.

2.2 Рекомендации по развитию событийного туризма в Пензенской области

Исследуя ресурсный потенциал Пензенской области, а также степень влияния событийного туризма на привлекательность области и влияние на экономику региона, дополнительно проводя анализ трудностей, которые препятствуют росту туристического сектора, мы выделили два направления для развития событийного туризма в Пензе и области, а именно:

- 1) Создание новых событийных мероприятий в городе и области;
- 2) Улучшение информационной среды

Выполнение этих пунктов приведёт к развитию и совершенствованию событийного туризма в области, а также увеличит доход региона, создаст новые рабочие места, повысит имидж Пензенской области.

В рамках первого пункта «Создание новых событийных мероприятий в

городе и области», мы рекомендуем в качестве нового инновационного тур продукта событийной направленности – интерактивный мульти фестиваль «Через года». Интерактивным он называется не просто так и будет направлен, но реакцию и отклик зрителей на действия в реальном времени.

На данном фестивале посетители будут не просто созерцать за действиями со стороны, но и станут активными участниками мероприятия, детских игр и старинных забав, различных мастер-классов, анимационных программ, конкурсов и розыгрышей. При организации и проведении этого фестиваля необходимо использовать разные виды и формы обратной связи, для реального установления контакта с гипотетическими гостями данного мероприятия. Для этого мы предлагаем использовать:

- участие туристских организаций в фестивале через подачу заявок;
- всё будет осуществляется при помощи специально созданного для этого мероприятия сайта на, котором будет располагаться вся информация;
- так же будут прямые эфиры в социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Facebook), а также на сайте мероприятия;
- эфир и съемка будет также на специальных воздушных дронах;
- так же планируется создание 3D виртуальных панорам чтобы продемонстрировать масштаб события.

Данное событие будет проходить на территории Пензенской области ежегодно - 25 июня.

На данной территории участникам инновационного мульти фестиваля откроется перспектива принять участие в исторической реконструкции рыцарских побоищ, послушать живую музыку в исполнении местных коллективов, тем самым приобщиться к культуре Пензенской области, испробовать национальные блюда районов области, также у будущих туристов будет возможность прикупить или перебывать сделать своими руками сувениры с национальными подтекстами, пройти мастер-класс по фотосъемке, развлечься в различных конкурсах и розыгрышах.

А также посетители смогут увидеть работы интерактивных площадок:

- фотосалон под открытым небом;
- детские игровые площадки;
- мастерская юных художников;

Именно из-за такого большого многообразия можно с уверенностью утверждать, что задуманный проект «Через года» получит определение мульти фестивалю, тем самым соединив в себе множество аспектов таких как историю, культуру, традиции и самобытность. Главной целью данного мульти фестивалю «Через года» заключается в – предоставление возможности молодым и активным людям заявить о себе, своих творческих проектах, реализовать свои задумки, тем самым вынести их на суд зрителям для их субъективной оценки и получить опыт в организации и проведении мероприятия.

Помимо этого, мероприятие «Через года» – это событие, в котором гости станут непосредственными участниками, так как они будут полностью погружаться в атмосферу уникального творчества, ярких представлений и удивительных образов. Для обозначения концепции мы разработали – многообразие в единстве и целостности.

Естественно на музыкальных площадках фестивалю в целях пропаганды и развития этнического наследия Пензенского края, выступят местные коллективы музыкальных субкультур и молодежного творчества, распеваящие и играющие в разных жанрах и на различных музыкальных инструментах, а также в этом музыкально шоу будут принимать участие представители из других областей России.

Высококвалифицированным фотографам представится перспектива сделать подборку тренингов и мастер-классов по нынешней фотографии. Целью данного проекта является – продвижение на рынок инновационного туристического продукта с элементами новшества событийной направленностью мульти фестивалю – «Через года». Для того чтобы достигнуть поставленных целей, фестивалю необходимо решить ряд задач:

- 1) Привлечь внимание индустрии туризма (туроператоров) к новому продукту;
- 2) Познакомить потенциальных клиентов с новым туристическим продуктом.

Для того чтобы данное мероприятие оказалось максимально успешным туроператором по въездному и внутреннему туризму (Пензенской области) нужно разработать событийные туры, приуроченные к мульти фестивалю «Через года», которые будут рассчитаны на несколько дней и соединят в себе не только посещение этого события, но, а также использование экскурсионного и транспортного обслуживания, а также средства размещения и объектов питания. Так же потребуются создание единого туристского информационного центра.

Главными целями создания такого центра будут служить:

- сбор и анализирование информации которая поможет в развитии туризма региона;
- пополнение и обновление баз данных о проводимых мероприятиях;
- оказание справочных, а также информационных туристских услуг, для приезжих и местных;
- создание печатных материалов (буклетов, журналов, справочников) в которых будет информация о туризме в целом, а также о мероприятиях региона.

Сбор и анализирование информации которая поможет в развитии туризма региона предполагает:

- создание бесплатной печатной, видео продукции для её распространения на крупных международных выставках с целью повышения узнаваемости Пензенской области;
- повышение популярности области путём распространя положительной информации в интернет, а также в популярных социальных сетях;
- проведение различных, розыгрышей в социальных сетях и на сайте

данного центра для правления внимания посетителей.

На территории Пензенской области уже существует подобный центр, который реализует выполнение нескольких из выше перечисленных целей, но в данном центре недостаточно большой штат и оперативное выполнение всех задач попросту невозможно. Поэтому рекомендуется либо создание нового туристского информационного центра или увеличение старого.

Анализируя всё выше перечисленное, для реализации предоставленных комплексов мероприятий по изменению, улучшению и развитию, а также будущему росту событийного туризма необходимо приложить наибольшие усилия не только инициаторам данного мероприятия, но и местным жителям, а также туристским фирмам, объектам питания и размещения, а также Правительству Пензенской области.

3) Нужно заручиться поддержкой региональных властей для обеспечения нормального функционирования туроператоров, которые занимаются формированием и реализацией туров по перспективным направлениям. Министерство культуры, образования, науки, а также различные профсоюзы могли бы помочь с созданием стабильного спроса на туристические услуги.

Для выполнения всех поставленных задач следует создать программу по формированию многогранных туров, которые включают в себя разные аспекты туристической деятельности таких как - средства размещения, предприятия питания, трансфер, экскурсии. Для помощи в разработке и проведению туров можно привлечь студентов профильного направления «Туризм» из местного государственного университета, а также преподавателей.

2.3 Экономическое обоснование предложенных рекомендаций

Событийный туризм – это комплексное понятие и для того чтобы Пензенская область хорошо выглядела в глазах не только местных туристов, но и иностранных, от нас требуется провести большую, а главное продуманную

рекламную компанию. Для того что реализовать эту компанию нужно провести исследования, о состоянии туристической индустрии в регионе, а также на конкретной территории, данные исследования должны быть качественными и точными. Такие исследования могут провести выпускники профильных институтов и университетов Пензенской области. А также для проведения исследований нужно привлечь людей с определённой проблематикой, а именно:

- развитие туристического бизнеса, а также его организация на территории Пензенской области;
- реклама туристических объектов и событийно направленных территорий Пензы и области;
- состояние туристской Пензенской инфраструктуры на территории нашего региона и на конкретном объекте, где будет происходить мероприятие «Через года»;
- состояние событийного туризма на определённых объектах Пензы и проблематика их продвижения.

Анализирую всё выше сказанное для исследования нам понадобятся 4 группы по 2 человека в каждой, а также один заведующий в каждой группе (координатор группы), который будет следить за тем, чтобы всё шло правильно и точно, а также своевременно выполнялась работы. Первоначальные данные по стоимости услуг вы можете видеть в таблице 3.

Таблица 3 - Данные о стоимости услуг

Непосредственные затраты (тыс. руб.)	Необходимое количество
Услуги специалистов (тыс. руб. за мес.)	10
Нужное количество специалистов (чел.)	8
Расходные материалы (тыс. руб.)	80

Продолжение таблицы 3

Услуги координатора проекта (тыс. руб. за мес.)	12
Сроки исполнения исследовательских работ (мес.)	2

Беря в расчет данные которые, вы наблюдали в таблице 2 можно сделать вывод о том, что стоимость услуг спецов составит 160 тыс. руб., координатору понадобится 24 тыс. руб. Основываясь на этом можно сказать что общие затраты на создание благоприятного имиджа для Пензенской области понадобится примерно 200 тысяч рублей. Так же крайне рекомендуется участие в туристической выставке «MITT» (MITT – Moscow International Travel & Tourism), это нужно для повышения узнаваемости нашего региона, а также для создание лучшего туристического продукта.

Основной целью участие в выставке «MITT» это продвижение нашего регионального туристического продукта на рынке услуг. Далее обозначены задачи, которые нужно решить во время участия в выставке:

- 1) презентовать продукцию аудитории (от посетителей выставки до потенциальных клиентов);
- 2) увеличить спрос;
- 3) расширить рынок сбыта;
- 4) привлечь новых партнеров.

Для того чтобы полноценно участвовать в выставке необходимо всё проанализировать и спланировать до начала и после выставки. Правом принятий решений по вопросам подготовки и организации должен обладать ответственный менеджер. К сфере ответственности менеджера относится:

- территория под стенд;

- бюджет для выставки.

Бюджет для выставки можно разделить на два пункта:

- прямые затраты;

- плата за территорию, на которой будет располагаться стенд, сборка и разбор стенда;

- не прямые затраты – к ним относится время на подготовку к выставке, затраты и расходы работы выставки: выбор, а также дизайн стенда; подготовка различных материалов для каталога выставки (как правило, за несколько месяцев до начала выставки); распланировка перевозки экспонатов и стендов, размещения работников; распечатка пригласительных для посетителей, визиток и буклетов; обучение персонала работе на выставке. Moscow International Travel & Tourism – одна из лучших туристических выставок в России, входящая в пятерку ведущих туристических выставок мира, по праву получившая широкое признание международного туристического сообщества и являющаяся значимым событием в области туристического бизнеса. Одни из главных особенностей выставки MITT в том, что:

- она охватывает летние и зимние туристические сезоны;

- она имеет состав участников – около 1 900 компаний из 230 стран и регионов мира что делает её крупнейшей;

- полный спектр представлений самых крупных и массовых направлений;

- посетители составляют более 25 000 человек из 80 регионов России и множество представителей иностранных государств, из которых 60 % составляют руководители.

Обычно выставка проходит осенью, но из-за пандемии сроки менялись. В 2022 г. выставка была проведена в марте. На выставке можно будет представить событийный тур – мульти фестиваль «Через года», который запланирован для проведения на территории Пензенской области.

Во время всей выставки будет исполнение традиционной музыки и тан-

ца Пензенской области. По предварительным подсчетам стоимость участие с решением всех задач будет составлять примерно 260 000 тыс. руб.

Демонстрация туристического продукта, повышение имиджа и узнаваемости Пензенской области, прослеживание реакции потребителя, анализ бедующих рынков сбыта, а также общение с группами экспертов, инвесторами и другими важными для бизнеса в области туризма и не только людьми, всё это нам даст участие в выставке. Для того чтобы создать единый туристско-информационный центр потребуется доступ к бюджету Пензенской области. В данный момент времени на территории города Пенза уже есть туристический информационный центр, они плотно сотрудничают с министерством культуры области, но для эффективного выполнения актуальных задач людей и ресурсов данного туристического информационного центра недостаточно. Мы предлагаем направить максимально возможное количество средств на создание нового или улучшение старого туристического-информационного центра.

Предварительные расчеты издержек на создание или улучшение уже существующего центра и поддержке его функций представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Расчеты по затратам на создание или улучшения единого туристско-информационного центра

Непосредственные затраты (тыс. руб.)	Необходимое количество
Затраты на оборудование (тыс. руб.)	200
Стоимость коммунальных услуг и услуг связи (тыс. руб. за год)	150
ЗП сотрудников (тыс. руб. за год)	650

Издержки на все предложенные мероприятия составят примерно 1 мил-

лион рублей в течении первого года. Уже на следующий года планируется снижение затрат на 200 тыс. руб. и соответственно составят 800 тыс. руб. Когда новый туристско-информационный центр будет полностью готов он сможет компенсировать часть затрат за счет сдачи в аренду собственных помещений, разнообразным туристским фирмам, магазинам сувениров или бюро экскурсии. Прибыль от аренды может составлять около 200 тыс. руб.

Безусловно, данные мероприятия будут экономически выгодным и эффективными, атак же улучшат качество предоставляемых услуг. В перспективе это положительно скажется на развитии событийного туризма на территории Пензенской области, а также повысит репутацию и имидж региона как на внутреннем, так и на внешнем рынке туристских услуг.

Главнейшими факторами повышения привлекательности для туристов Пензенского района необходимы стать: увеличение узнаваемости, повышение количества посетителей Пензенского региона, создание на территории Пензенской области имидж, развитой, социальной, культурной и экономически стабильной области и выйти на совершенно новый уровень развития событийного туризма, стать лидером по количеству и качеству проводимых событийных мероприятий среди регионов.

В данной главе дипломной работы мы сделали расчеты предложенных рекомендации и пришли к выводу что для развития событийного туризма на территории Пензы и области необходимо: продвигать региональный туристический продукт (и для этого мы разработали уникальное событийное предложение «Через года»), включить все наши рекомендации мероприятия в стратегию развития региона, расширить спектр событийного турпродукта для разных туристов, модернизировать инфраструктуру (в том числе необходимую для событийного туризма), создать благоприятный имидж региона.

Заключение

В заключении дипломной работы нужно сказать, что, хоть событийный туризм как отдельный вид туризма существует не так давно, но уже занимает активное место в отрасли по доходности, а так по числу привлечения туристов. Событийный или же ивент-туризм ежегодно получает партия новых массовых турпродуктов, которые привлекают тысячи туристов.

Значимость, уникальность, востребованность все эти эпитеты идеально подходят для событийного туризма.

У событийного туризма так же есть преимущества в отрасли туризма, уникальные стороны такие как например возможность участвовать в интересных ивентах в любое время года, ярчайшие впечатление которые не может подарить не один вид туризма. В любом регионе где проходит крупное мероприятие происходит улучшение инфраструктуры, а также изменение имиджа.

Мы провели анализы рынков событийного туризма в России и в мире и пришли к выводу что нашей стране событийны туризм развит недостаточно сильно и занимает малую доля в отрасли, но даже несмотря на это есть достаточное количество позитивных примеров событийного туризма на уровне регионов. Наш продукт всё еще мало конкурентоспособен и нам нужно обратить внимание на уникальные природные и общественные события, чтобы создать больше уникальных событийных туров, которые привлекут туристов и соответственно сделают весомый вклад в бюджеты регионов и всей страны.

Мы так же провели анализ рынка в Пензенской области и отметили степень популярности отдельных пензенских тур объектов, а также их привлекательность для потребителей, можно говорить о наличии стабильного спроса на событийный туризм. Большой показатель спроса на данные виды туризма объясняется желанием людей города, проживающего в условиях городской среды, проводить свой отдых на природе. На данный вид туризма в основном обеспечивает спрос молодежь в возрасте от 16 до 23 лет, это следует учитывать так,

как у данного сегмента туристов ограниченная платежеспособность.

В качестве рекомендации по развитию событийного туризма в России мы выделили рекомендации:

- улучшить рекламно-информационное, кадровое обеспечение туристической;
- преобразовать законодательство в туристической сфере (в том числе и для событийного туризма);
- начать строительство новых объектов, которые соответствуют всем современным стандартам с целью развития инфраструктуры туризма, а также улучшение материально-технической базы;
- реклама с целью создание хорошего имиджа о регионе как внутри него, так и за его пределами.

Для Пензенской области мы также разработали рекомендации они заключаются создании нового событийного продукта под названием «Через года», а также рекомендации по улучшению туристского информационного центра.

На данном фестивале посетители будут не просто созерцать за действиями со стороны, но и станут активными участниками мероприятия, детских игр и старинных забав, различных мастер-классов, анимационных программ, конкурсов и розыгрышей. При организации и проведении этого фестиваля необходимо использовать разные виды и формы обратной связи, для реального установления контакта с гипотетическими гостями данного мероприятия. Для этого мы предлагаем использовать:

- участие туристских организаций в фестивале через подачу заявок;
- всё будет осуществляется при помощи специально созданного для этого мероприятия сайта на, котором будет располагаться вся информация;
- так же будут прямые эфиры в социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Facebook), а также на сайте мероприятия;
- эфир и съемка будет также на специальных воздушных дронах;

– так же планируется создание 3D виртуальных панорам чтобы продемонстрировать масштаб события.

Данное событие будет проходить на территории Пензенской области ежегодно - 25 июня.

Событийны тур дарит множество ярких впечатлений для туриста, а для региона где он проводится является крайне доходным предприятием. Нужно продолжать совершенствования отрасли событийного туризма по всей нашей стране.

Глоссарий

Мероприятие – организованное действие или совокупность действий, направленных на осуществление какой-либо цели.

Событийный туризм - это вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т.д. Примеры событий, вызывающих всплеск событийного туризма: Олимпиады, чемпионаты мира по футболу, рок-фестивали, кинофестивали, карнавалы, экономические форумы, авиасалоны.

Туризм – это путешествие для удовольствия или бизнеса, а также теория и практика туризма, бизнес по привлечению, размещению и развлечению туристов и бизнес по организации туров.

Туристическая услуга – это результат деятельности туристического предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов.

Туристский продукт - комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия.

Турист – это временный посетитель, находящийся более 24 часов в посещаемой местности (регионе, стране) и цели путешествия которого могут быть определены как досуговые, рекреационные, праздничные, оздоровительные, учебные, религиозные и спортивные, а также деловые и гостевые.

Внутренний туризм - путешествия в пределах какого-либо государства лиц, постоянно в нем проживающих, например, путешествия в пределах РФ лиц, постоянно проживающих в РФ.

Внешний туризм - выезды (путешествия) посетителей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок менее года с любой главной целью, кроме трудоустройства. Особенности внешнего туризма.

Список использованных источников

- 1) Постановление правительства Пензенской области от 07 июня 2012 г. № 431-Пп «Положение о территориальном планировании». – Пенза, 2012.
- 2) Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р) [Электронный ресурс]; Режим доступа: https://tourism.gov.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/
- 3) Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – М.: Москва. гос. университет им. М. В. Ломоносова, 2016. – 428 с.
- 4) Александрова А. Ю. Фактор сезонных колебаний в развитии туристско-рекреационной сферы [Текст] / А. Ю. Александрова // Вестник ТвГУ. Серия «География и геоэкология». – 2013. – № 8. – С. 99–110.
- 5) Алексеева, О. В. Событийный туризм как фактор социально- экономического развития региона / Автореферат – М.: 2015. – 24 с.
- 6) Афанасьев О. Е. Туристский комплекс Северного Подмосковья: ресурсная составляющая Клинского, Дмитровского, Талдомского и Солнечногорского районов // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 2. С. 32-39.
- 7) Афанасьев О. Е., Афанасьева А. В. Функциональное значение и место туристских легенд в формировании привлекательных свойств дестинаций // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2015. Т. 9. № 1. С. 52 – 60.
- 8) Богданов Д. Ю. Специфика событийного туризма в России на примере фестиваля «Железный Град» // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/02/62931> (дата обращения: 06.05.2022).

9) Булганина С. В., Лопаткина Н. С. Событийный туризм: история и перспективы развития // Интернет журнал Науковедение, 2015. № 3 (28).

10) Бушуева И.В., Черникова Л. И., Бокарева Е. В., Егорова Е. Н. и др. Паспортизация туристских ресурсов Подмосковья: отчет о НИР. М.: РГУТИС, 2016. – 350 с.

11) Власова Т. И., Алейников А. В. Событийный туризм - эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Национальной академии туризма. - 2015. № 1(33). - С. 38-40.

12) Вишнякова, Ю. А. Разработка практических предложений по организации и продвижению событийного туризма в России на примере Ленинградской области / Ю .А. Вишнякова .– Москва : ПРОМЕДИА, 2016 .– 58 с. – URL: <https://rucont.ru/efd/517098> (дата обращения: 26.05.2022)

13) 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.

14) Глобова, С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории / С. А. Глобова. – Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). – Т. 0. – Санкт-Петербург : Реноме, 2013. – С. 137-140. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/77/3989/> (дата обращения: 26.05.2022).

15) Гостиничный менеджмент: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. А. А. Федулина. – 3-е изд., пе-рераб. - М.: КНОРУС, 2016. - 426 с.

16) Грушин М. Ю. Анализ развития событийного туризма в России, его функции, пути повышения эффективности событийных мероприятий. Издательский центр МИР, 2016. – 145 с.

17) Даниленко Н. Н, Рубцова Н .В. Туризм и устойчивое развитие ре-

гиона: социальный и институциональный аспекты: монография. Иркутск, изд-во БГУЭП, 2013. 158с.

18) Дручевская Л. Г., Троценко А. В. Биосоциальные туристские ресурсы Клинского, Дмитровского и Талдомского районов // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 2. С. 54-64.

19) Ефремова, Е. В. Прогнозирование развития зоны рекреационного назначения Пензенской области / Е. В. Ефремова, О. А. Ткачук. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2013. – № 11 (58). – С. 430-432. – URL: <https://moluch.ru/archive/58/7987/> (дата обращения: 26.05.2022).

20) Жукова, М. А. Причины кризиса российских туроператорских компаний / М. А. Жукова // Вестник университета. - 2015. - № 7. - С. 13-18.

21) Иванин Ю. А. Особенности организации событийного туризма // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – 150 с.

22) Казарина А. С., Лебедева Т. Е. Событийный туризм как актуальное направление туризма // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации Нижний Новгород, 2014. С. 13–16.

23) Квартальнов В. А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2015. – 320 с.

24) Климова Т. Б., Вишневская Е. В., Богомазова И. В. К вопросу

25) Развития событийного туризма на уровне региональных экономик // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. ; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=16106> (дата обращения: 26.05.2022).

26) Климова Т. Б., Вишневская Е. В., Стенюшкина С. Г. Событие как уникальный инструмент развития туристской отрасли (на примере Пензенской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 3. С. 105-112.

27) Кривошеева Т. М., Вапнярская О. И. Легенды Клинского муниципального района как нематериальные туристские ресурсы дестинации // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 2. С. 48-53.

28) Купченко А. Событийный туризм в России // В книге: Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции. Редакторы: Огнева С. В., Шемятихина Л. Ю. – Москва, 2015. – С. 208–210.

29) Лакомов Е. Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2013. – 28 с.

30) Ломаков Е. А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: Автореф. дисс. ... канд-та эконом. наук. 2016. – 24 с.

31) Малышев А. М., Тенденции развития событийного туризма в России, статья в журнале, Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2016

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

33) Семеркова, Л. Н. Потенциал и перспективы развития туризма в Пензенской области : моногр. / Л. Н. Семеркова, Л. Б. Есина, Н. В. Уткина, С. В. Латынова. - Пенза : Изд-во ПГУ, 2014. - 182 с.

34) Система развития туризма в Пензенской области / В. М. Мокрушин, Н. В. Грачева // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. - 2013. -№ 1 (5). - С. 234-237.

35) Соломина И. Ю. Мифологическое туристское пространство Самарского края: реальность и возможности // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. № 3. С. 64-72.

36) Суслова И. А., Морозова Л. С. Событийный туризм: тенденции регионального развития // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 1(62). С.

94-104.

37) Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.-384 с.

38) Чернышов, С. М. Пути развития событийного туризма в Кировской области / С. М. Чернышов. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 21 (259). – С. 275-277. – URL: <https://moluch.ru/archive/259/59592/> (дата обращения: 26.05.2022).

39) Чудновский, А. Д. Влияние искусственного интеллекта на развитие инфраструктуры рынка туристических услуг / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. Н. Королев, А. В. Марьин // Материалы 1-ой Международной научно-практической конференции «Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика». Вып. 1. - М.: ГУУ, 2017. - С. 274-280.

40) Чудновский, А. Д. Международный туристский бизнес: практика, проблемы, перспективы: учеб. пособие для подгот. бакалавров по направлению 43.03.03 Гостиничное дело / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова и др. - М.: ГУУ, 2017. - 211 с.

41) Шапарина Е. В. Современная жизнь музея: программа и праздники в усадьбе «Мураново» // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2015. - Т.9, №2. - С. 119-124. (DOI:10.12737/11405).

42) Шарафанова Е. Е. Спортивно-событийный туризм и развитие территорий [Текст] / Е. Е. Шарафанова, Е. В. Печерица, А. М. Житлов. – СПб.: Изд-во СПбГиЭУ, 2014. – 155 с.

Приложения

Приложение А

Закрытое анкетирование в социальной сети для жителей г. Пензы

1. Знаете ли Вы, что такое событийный туризм?
 - а. да
 - б. нет
2. Какой вид туризма является для Вас наиболее привлекательным:
 - а. сельский
 - б. пляжный
 - в. познавательный
 - г. событийный (это вид туризма, приуроченный к какому-либо событию: празднику, фестивалю, конференции и т.д.)
 - д. оздоровительный
 - е. другой вид туризма
3. Где бы Вы предпочли отдохнуть?
 - а. в России
 - б. за рубежом
4. Знаете ли Вы о существовании событийных туров в Пензенской области?
 - а. да
 - б. нет
5. Интересен ли Вам событийный туризм?
 - а. да
 - б. нет
6. Знаете ли Вы о событийных турах, организованных в Пензенской области?
 - а. да
 - б. нет
7. Какой из туров «Новый год на родине Деда Мороза» или «Волшебный зимний Петербург» был бы Вам более интересен?
 - а. «Новый год на родине Деда Мороза»
 - б. «Волшебный зимний Петербург»
8. Был бы Вам интересен такой событийный тур как «Славянский Новейший год»?
 - а. да
 - б. нет