

Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 25.08.2016).

4. Федеральным закон Российской Федерации от 7 июня 2013 г. № 108-ФЗ (ред. от 08.06.2015) «О подготовке проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Доступ справ.-- правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 25.08.2016).

5. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 25.08.2016).

6. Портал про гостиничный бизнес. URL: <http://prohotel.ru/> (дата обращения 26.10.2015).

Жиленко В.Ю.,
канд. биол. наук, доцент Института управления
Белгородского государственного национального
исследовательского университета

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РФ

В статье проведена оценка состояния событийного туризма в мире и в России, выявлены основные направления развития событийного туризма. Проанализированы проблемы и перспективы развития событийного туризма в России. Приведены данные о проводимых международных спортивных мероприятиях на территории РФ и будущих мероприятиях. Исследовано

влияние спортивных мероприятий на повышение туристкой привлекательности России, увеличения потока туристов в регионы РФ, развитие туристской инфраструктуры. Приводится анализ по целевой аудитории спортивно-событийного туризма.

Событийный туризм является новым видом туризма, который получает все большую популярность [5].

Данный вид туризма можно классифицировать как по масштабу события (международного или национального уровня) и по тематике проводимого события.

В соответствии с классификацией А.В. Бабкина [1], событийный туризм подразделяется на следующие виды:

– национальные праздники и фестивали (фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания); фестиваль Св. Патрика в Дублине (Ирландия); фестиваль культур в Берлине (Германия);

– театрализованные шоу (фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция), праздник на льду, шоу Romanza, Вена (Австрия);

– фестивали театра и кино (Каннский фестиваль, Канны (Франция); театрализованный фестиваль Spierlart, Мюнхен (Германия);

– гастрономические фестивали (парижский салон шоколада, Париж (Франция);

– фестивали и выставки цветов (выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); фестиваль бонсай, Нара (Япония);

– модные показы (Ready to Wear, Париж (Франция); Men s Fashion, Париж (Франция); Milano Moda Bouna, Милан (Италия);

– аукционы (аукционы Сотби; аукционы Кристи; аукционы Дрюо, Париж (Франция);

– фестивали музыки и музыкальные конкурсы (фестиваль Capricies, Кранс Монтана (Швейцария); фестиваль Ars Musica, Брюссель (Бельгия); фестиваль «Снег и Симфония», Санкт Мориц (Швейцария);

– спортивные события (Олимпиады и международные состязания);

– международные технические салоны (авиасалон в Ле Бурже, Париж (Франция); автосалон в Женеве (Швейцария)).

Событийные туры сочетают в себе традиционный отдых с участием в наиболее зрелищных мероприятиях такие как: Формула-1 и футбол, различные спортивные чемпионаты и Олимпиады, шоу и концерты мировых звезд, карнавалы, фестивали, показы мод и конкурсы красоты, деловые и художественные выставки.

В Германии, например, ежегодно в январе проводится Бременский карнавал, в Берлине в июне проводится Праздник музыки, в октябре Праздник света, в феврале проводится Международный кинофестиваль.

В октябре на юге Германии, в федеральной земле Баварии, в Мюнхене проводится ежегодный Пивной фестиваль Oktoberfest. На Пивной фестиваль ежегодно съезжаются более 6,4 млн. чел.

В 2015 году гости фестиваля потратили в общей сложности 1,1 млрд евро. Эта сумма складывается из всего объема продаж пива и закусок, а также доходов, которые получены владельцами гостиниц, сувенирных лавок и водителями такси от потока туристов.

Еще одним из наиболее интересным и ярким событием является проведение карнавала в Бразилии, в Рио-де-Жанейро.

Карнавал привлекает ежегодно большое количество туристов, средняя цена на билет составляет около 1,5 тыс. евро.

На период карнавала, как правило забронировано 90% номеров в отелях, что подтверждает масштабность проводимого карнавала.

Не менее популярным для туристов является карнавал в Венеции на празднике Festa delle Marie. Праздник является посвященным освобождению венецианских девушек, которых похитили пираты из Истрии.

Ежегодно на этот карнавал в Венецию приезжают более 500 тыс. туристов со всего мира.

В России событийный туризм также интенсивно развивается, но имеются отличия в подходе к данному виду туризма.

В России не проводятся празднества подобного уровня и масштаба, а доля event-туризма даже во внутреннем турпотоке составляет только 1%. Но проводятся менее масштабные мероприятия, такие как фестиваль «Вишневый лес» (Москва), музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского (Москва), проведение музыкального конкурса в 2009 году «Евровидение-2009».

Ежегодно на территории РФ проводятся различные мероприятия, которые обеспечивают значительный рост въездного турпотока: Московский международный кинофестиваль, различные этнические, фольклорные и военно-исторические праздники.

В период после празднования Нового года и до конца весны, в низкий сезон все города и страны мира пытаются справиться с проблемой сезонности привлечения туристов: проводятся деловые мероприятия или ярке праздники, карнавалы. Любые интересные события, которые проводятся в этот период, приветствуются турбизнесом.

В России, такой праздник как «Масленица», отмечается как раз во время низкого туристского сезона и является хорошим событием, для превращения ее в событие международного уровня.

Масленичные гуляния проводятся в каждом регионе России, где в городах со своими программами выступают городские учреждения культуры, которые вызывают интерес у жителей и туристов.

Современные тенденции развития событийного туризма все больше передвигаются в сторону спортивных событий (Олимпиады и международные состязания).

Летние Олимпийские игры 2016 (Игры XXXI Олимпиады) проводились в Бразилии. Летние тридцать первые Олимпийские игры, проводились с 5 по 21 августа в Рио-де-Жанейро.

Основной кластер, где была расположена большая часть спортивных объектов находился в Барра-да-Тижука. Здесь был построен Олимпийский парк, в котором находится девять спортивных арен, Олимпийский водный стадион, Олимпийский

теннисный центр (теннис). Еще три объекта зоны Барра-да-Тижука были расположены за пределами Олимпийского парка – поле для гольфа в заповеднике Резерва ди Марапенди, пляжная зона Понтал и выставочный центр «Риосентро».

В России также проводятся международные спортивные мероприятия, которые увеличивают поток туристов в страну, стимулируют к развитию туристской инфраструктуры, организации новых рабочих мест.

XXVII-ой Всемирной Универсиада была проведена в Казани в 2013 году. Основным международным спортивным мероприятием, которое обеспечило пребывание туристов со всего мира в низкий сезон, стало проведение в 2014 году Зимних Олимпийских игр. Олимпийские игры проводились в городе-курорте Сочи с 7 по 23 февраля. По окончании Олимпийских игр на этих же объектах было организовано проведение Паралимпийских игр.

Проведение таких крупных спортивных мероприятий является важным методом продвижения имиджа страны в мире. Россия и Франция были выбраны организаторами Кубка УЕФА в 2016 году и Чемпионата мира по футболу в 2018 году. Проведение Чемпионата мира по футболу запланировано на 12 стадионах в 11 городах России.

В список городов, которые примут на своей территории участников чемпионата стали: Москва, Калининград, Санкт-Петербург, Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ростов-на-Дону, Сочи и Екатеринбург.

Туристский бизнес активно использует для формирования туристского продукта и привлечения туристов различные международные спортивные события.

Спортивно-событийный туризм является современным направлением турбизнеса, который специализируется на организации туров на крупные и памятные мероприятия, яркие события, вызывающие интерес у широкой аудитории, и имеют необходимые условия для предоставления широкого спектра услуг [2].

Всех клиентов, которые бронируют спортивные и событийные туры в РФ, можно подразделить на три группы – это клиент-болельщик, клиент-любитель и различные корпоративные клиенты.

К клиентам-болельщикам относятся «профессионалы», которые отслеживают спортивные мероприятия, они всегда точно знают, когда и куда хотят поехать, как удобнее им организовать маршрут и какая категория билетов необходима. Клиенты-любители, наоборот, предпочитают, чтобы им подобрали подходящее спортивное мероприятие. К корпоративным клиентам относится группа любителей какого-либо вида спорта, которые объединяются для совместного посещения значимых событий [3].

Основной целевой аудиторией спортивно-событийного туризма являются туристы с доходом выше среднего, которые имеют богатый опыт путешествий, а также компании, которые состоят из нескольких человек [4]. В России целевая аудитория спортивно-событийного туризма совпадает с общемировой практикой.

Таким образом, событийный туризм является наиболее интенсивно развивающимся видом туризма, а спортивно-событийный туризм является основным фактором для привлечения туристов и, как следствие повышения имиджа страны, узнаваемости туристской территории, также благодаря спортивно-событийному туризму строятся новые объекты туристской инфраструктуры, уменьшается уровень безработицы (путем создания новых рабочих мест), кроме того событийный туризм и проведение в рамках его спортивных мероприятий, помогают минимизировать такой нежелательный фактор как сезонность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Булганина С.В. Маркетинговые исследования: Практикум. – Н. Новгород: НГПУ, 2012. – 162 с.
3. Житлов А. М. Объекты управления спортивно-событийным туризмом // Молодой ученый. – 2014. – №7. – С. 340-344.
4. Шафранова Е.Е. Спортивно-событийный туризм и развитие территорий / Е. Е. Шарафанова, Е. В. Печерица, А. М. Житлов. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. –155 с.
5. Hall С.М. Sport tourism planning. In Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis, Higham JES (ed). Elsevier Butterworth Heinemann: Oxford, 2005. P. 103–121.