

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента
физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ В.М Гелецкий
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ

Научный руководитель _____ доцент В.В. Тельных

Выпускник _____ И.О. Вигуль

Нормоконтролер _____ К.В. Орёл

Красноярск 2018

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Разработка программы спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске» содержит 47 страниц текстового документа, 48 использованных источников, 5 таблиц и 1 приложение. Работа состоит из введения, 3 глав и заключения.

Цель работы: разработка программы спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске на основе посещения футбольного матча.

В соответствии с поставленной целью в работе были выделены следующие задачи:

- рассмотреть понятие событийного туризма, его особенности и функции;
- провести опрос для определения заинтересованности жителей соседних регионов в посещении спортивного мероприятия;
- предложить программу спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске, на основе посещения футбольного матча.

Объект исследования – событийный туризм.

Предмет исследования – спортивно-событийное мероприятие в городе Красноярске.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, который в последнее время характеризуется высокой динамикой в уровне развития и приобретением всё большей популярности среди туристов

В данной работе был проведен социологический опрос среди жителей близлежащих регионов, целью которого было выявление интереса граждан в спортивно-событийном мероприятии, основанном на посещении матча Российской футбольной Премьер-лиги.

На основании результатов опроса была разработана однодневная программа спортивно-событийного мероприятия, основанная на посещении футбольного матча.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Теоретические основы событийного туризма.....	6
1.1. Понятие событийного туризма, его особенности и функции.....	6
1.2. Виды событийного туризма.....	14
1.3. Характеристика событийного туризма города Красноярска.....	25
2. Организация и методы исследования.....	30
2.1. Характеристика методов исследования	30
2.2. Организация исследования.....	32
3. Результаты исследования и их анализ.....	33
3.1. Выявление востребованности посещения мероприятия.....	33
3.2. Разработка примерной программы спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске.....	39
Заключение.....	42
Список использованных источников.....	44
Приложение А.....	50

ВВЕДЕНИЕ

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения [13].

Событийный туризм включает в себя ряд мероприятий культурного, спортивного, этнографического, выставочного характера. Но далеко не все из проводимых мероприятий следует относить к нему, лишь те, которые приносят какой-либо доход и, следовательно, могут считаться ресурсной составляющей места их проведения [5].

В России событийный туризм является направлением достаточно молодым, но активно развивающимся [33]. Россия очень щедра на неповторимые впечатления. Во всех регионах страны отмечаются не только праздники, но и проводятся различные фестивали, форумы, выставки, ярмарки, спортивные мероприятия. Каждый регион старается привлечь к себе туристов, а интересные события являются для них объектами притяжения [39]. Территория Красноярского края не является исключением и имеет достаточное количество ресурсов для того, чтобы событийный туризм набирал обороты в своем развитии [31].

Актуальность данной работы заключается в том, что событийный туризм является одним из перспективнейших и динамично развивающихся направлений туризма в России и в Красноярском крае в частности. В этой связи актуальность исследований событийного туризма приобретает особое значение в связи с теоретической и практической потребностью в таких работах.

Новизна данной работы заключается в разработке новой спортивно-событийной программы, которая предоставит уникальную возможность посетить матч Российской футбольной Премьер-Лиги и увидеть

достопримечательности города Красноярска. Его комплексность состоит в том, что он охватывает сферу событийного спортивного и экскурсионно-познавательного туризма.

Цель работы: разработка программы спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске на основе посещения футбольного матча.

Объект исследования – событийный туризм.

Предмет исследования – спортивно-событийное мероприятие в городе Красноярске.

В соответствии с поставленной целью в работе были выделены следующие задачи:

– рассмотреть понятие событийного туризма, его особенности и функции;

– провести опрос для определения заинтересованности жителей соседних регионов в посещении спортивного мероприятия;

– предложить программу спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске, на основе посещения футбольного матча.

Методы исследования:

1. Анализ научно-методической литературы по исследуемой теме.

2. Опрос

3. Проектный метод.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

1 Теоретические основы событийного туризма

1.1 Понятие событийного туризма, его особенности и функции

Событие - то, что произошло, случилось; явление, факт личной или общественной жизни; то, что является важным, значительным фактом [9]. В случае событийного туризма под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени [10].

Событийный туризм - чрезвычайно интересное направление туризма. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность [40].

В рамках событийного туризма основная цель поездки обычно приурочена к мероприятию или событию, неразрывно связанному с какой-либо местностью или местом. По своей сути событийный туризм не отвергает традиционного осмотра достопримечательностей, дегустации блюд местной кухни или посещения музеев [29]. Специфика событийного туризма заключается в том, что традиционные туристско-экскурсионные услуги и объекты показа в рамках культурного и спортивного туризма «упаковываются» в новый туристический продукт, который совмещает в себе традиционные формы отдыха с атмосферой праздника и возможностью личного участия в нем. Все это значительно усиливает впечатления туристов и делает туристический продукт более привлекательным. Не случайно многие эксперты предсказывают, что в недалеком будущем число туристов, посещающих разного рода

мероприятия, превзойдет количество участников традиционных культурно-познавательных туров [28].

Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие. Самым важным при формировании туров подобного рода, как правило, является заблаговременное планирование [17].

Событийный туризм – это перспективный и динамично развивающийся вид туризма [26].

На рост интереса к событийному туризму на рубеже XX–XXI веков повлиял целый ряд факторов. Наиболее существенными среди них являются:

1) рост уровня образования и общего уровня культуры населения в развитых странах мира [16]. Для клиентов с университетскими дипломами и академическими степенями обычные экскурсии или посещения музеев уже не представляют интереса. Они слишком напоминают сухой учебный процесс. Событийный туризм позволяет «раскрасить» яркими красками карнавалов, фестивалей или соревнований процесс потребления туристического продукта, а также принять непосредственное участие в действии. Для современного туриста не так важно узнать о чем-либо (благодаря системе образования, СМИ и сети Интернет, он и так многое знает), сколько принять личное участие, непосредственно пережить новый, волнующий культурный опыт [28].

2) тенденция к дроблению отпускного времени в течение года на несколько небольших временных промежутков (до 3–4 в год) [16]. Во второй половине XX века отдых планировался заранее и осуществлялся один раз в форме поездки на 14–21 день (2–3 недели). В таких условиях посещение того или иного события не являлось основным фактором туристической мотивации. В начале XXI века право на отдых чаще всего реализуется в форме спонтанного краткосрочного «тура выходного дня» (3–5 дней). В этом случае наличие или отсутствие на территории потенциальной дестинации интересного и яркого

события является существенным фактором, влияющим на выбор места для краткосрочного отдыха [4].

3) большое значение, которое органы государственного и местного управления придают «маркетингу территорий». Современные города и административные единицы озабочены формированием позитивного имиджа, своей известности и привлекательности для туристов и инвесторов. В мире глобальной конкуренции им жизненно важно выделиться среди множества других городов и районов. Событийный туризм является одним из самых эффективных средств для создания положительного образа территории или города. Яркое событие обречено на положительное освещение в СМИ и благоприятный общественный резонанс [16]. Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего. Как правило, они имеют высшее образование и путешествуют парами или небольшими компаниями до 6–8 человек. Традиционная экскурсия плохо вписывается в формат событийного туризма, так как обрекает туриста на пассивную роль слушателя и зрителя в большой группе с экскурсоводом – поводырем [16].

Наиболее существенными особенностями событийного туризма являются следующие:

1. Событийный туризм характеризуется неразрывной связью цели поездки с каким-либо событием, происходящим в определенном месте в строго определенное время. В этой связи необходимо помнить, что для событийного туризма фактор временных рамок и периодичности события намного важнее классического фактора туристической сезонности [8]. Например, для большинства европейских государств туристический сезон длится от 4 до 5 месяцев (с мая по сентябрь) [Семенихин]. В рамках этого времени туроператоры могут регулировать туристический спрос (рекламой, скидками и т. д.), а клиенты вольны делать свой выбор: приобрести тур на пике сезона (в июле – августе) или дождаться снижения цен в «бархатный сезон».

Применительно к событийному туризму такая логика поведения производителей и потребителей неприемлема [8]. Если Чемпионат мира по хоккею с шайбой в 2014 году в городе Минске запланирован на май, то невозможно посетить матчи со скидкой в апреле или июне. Хотя это время может быть для клиента и более удобным. Образно говоря, в событийном туризме происходит «сжатие» туристического сезона до нескольких дней (Гран-при Формулы-1) или недель (Чемпионат мира по футболу) [26].

2. Событие, лежащее в основе тура, должно обладать качеством неоспоримой уникальности [8]. Например, Венецианский карнавал со своей многовековой историей, особыми традициями, непередаваемой атмосферой утонченного праздника должен, безусловно, превосходить все аналогичные карнавалы в месте постоянного проживания туриста [Алексеева]. Венецианский карнавал нельзя скопировать и повторить. Только в том случае турист получает достаточно оснований, чтобы пожертвовать своим личным временем и средствами и совершить поездку в нужное место в строго определенное время [20].

3. Организация событийного туризма прямо зависит от доброй воли местных жителей, их желания, заинтересованности и участия в организации мероприятия или события [8]. Например, на выбор Международным Олимпийским комитетом города Сочи в качестве места проведения зимних Олимпийских игр 2014 г. отчасти повлиял тот факт, что почти 80 % горожан были готовы на время соревнований взять к себе в качестве квартирантов спортивных болельщиков. В то время как в австрийском Инсбруке, также претендовавшем на проведение зимней Олимпиады 2014 года, таких желающих было около 25 % [16]. Готовность местного сообщества временно «ущемить» свои интересы в повседневной жизни, самим принять участие в готовящемся событии является залогом его успеха. В противном случае, вместо настоящего искрометного праздника получается заказная анимационная программа.

4. У туриста обязательно должна быть возможность личного, то есть непосредственного участия в событии («маска» в карнавальной шествии) или сопереживания этому событию (посещение конкурсного показа на кинофестивале) [8]. Эту особенность событийного туризма можно даже обыграть этимологически: чем больше возможностей у туриста для сопереживания и соучастия в событии, тем больше положительных впечатлений он получает, тем выше он оценивает качество приобретенного туристического продукта [5].

Функции событийного туризма. Согласно С.В. Донских, наиболее продуктивным является рассмотрение вопроса о функциях событийного туризма сквозь призму основных функций туризма в целом с последующей конкретизацией экономических, социально-культурных и гуманитарных функций туризма (табл. 1).

Таблица 1 - Проявление основных функций туризма в событийном туризме [16]

Основные функции туризма	Проявление в событийном туризме
Экономические	
Производственная	да
Создания дохода	да
Социально-культурные	
Обеспечения занятости населения на долгосрочный период	нет
Сохранения и популяризации природного и историко-культурного потенциала	да
Эффективного использования свободного времени	да
Гуманитарные	
Рекреационная (эмоциональное восстановление и физическое оздоровление человека)	частично
Развивающая (включая познавательную)	да
Развлекательная	да

К физическому оздоровлению событийный туризм имеет, в лучшем случае, косвенное отношение. Далекое не все туристы в рамках спортивного событийного туризма являются активными участниками тех или иных соревнований. Большинство из них – это просто болельщики, которые выступают в качестве зрителей на трибунах спортивных сооружений. В последние годы менеджмент спортивных событий добился больших успехов по вовлечению болельщиков (фанатов) в атмосферу соревнований, эмоциональное напряжение и сопереживание в происходящее на спортивных площадках. Однако к формированию здорового образа жизни (физической рекреации) все это имеет лишь косвенное отношение [16]. Зато две из основных функций событийный туризм реализует с глубиной, которая не свойственна другим видам туризма.

В рамках функции сохранения и популяризации природного и историко-культурного наследия событийный туризм способствует формированию позитивного и привлекательного имиджа территории. В этой связи можно даже говорить об «имиджевой функции» событийного туризма. Гуманитарные функции событийный туризм реализует не только применительно к гостям и туристам, но и по отношению к местному населению. Зачастую в Западной Европе собственно туристы составляют 20–40 % от участников фестивалей или зрителей спортивных соревнований. Остальные гости или участники – местные жители [4].

Таким образом, событийный туризм реализует большинство основных функций туризма. Особенно велика его роль в создании дохода, сохранении и популяризации природного и историко-культурного наследия, эффективном использовании свободного времени и развлечении человека [1].

1.2 Виды событийного туризма

Туристские потоки часто определяются такими специальными мероприятиями как международные выставки, ярмарки, карнавалы спортивные мероприятия, конкурсы, фестивали, посещение которых и составляет суть событийного туризма [28]. Событийный туризм можно классифицировать по тематике события (табл. 2) и по масштабу события (табл. 3)

Таблица 2 –Классификация по тематике событийного мероприятия [16]

Вид событийного мероприятия	Разновидности мероприятий
Государственные и национальные события	- официальные визиты, - встречи на высшем уровне, - государственные праздники (День независимости, День города)
Развлекательные мероприятия	- карнавалы, - народные гулянья, - ярмарки, - выборы королей красоты, - театрализованные шествия, - церемонии награждения, - концерты, - развлекательные шоу
Спортивные мероприятия	- олимпиады, - чемпионаты, - ралли, универсиады, - любительские соревнования
Деловые события	- специализированные выставки, ярмарки, - семинары, - форумы
Событийные мероприятия в области науки и образования	- семинары, - конференции, - научные премии, - студенческие олимпиады разного уровня
Фестивали 1) музыкальные фестивали	- фестивали оперной и академической музыки, - джазовые фестивали, - рок-фестивали, - электронной музыки, авторской песни и т. д.);

Окончание таблицы 2

Вид событийного мероприятия	Разновидности мероприятий
2) гастрономические фестивали	- национальной кухни, - отдельных блюд или напитков
3) кино - и театральные фестивали	- фестивали рекламных роликов, - фестивали уличных театров и уличного искусства
4) этнокультурные фестивали	направлены на сохранение и популяризацию этнических и национальных культурных традиций
5) исторические фестивали	- реконструкции рыцарских турниров, сражений наполеоновской эпохи и т. п.
6) фестивали субкультур	- флористики, - любителей собак или кошек, - фанатов комиксов и т.д.

Таблица 3 – Классификация видов событийного туризма по масштабу события [16]

Вид масштаба мероприятия	Разновидности мероприятий
Международные события	- олимпийские игры, - международные кинофестивали - международные конкурсы красоты - международные выставки - международные ярмарки
Региональные события	- Чемпионаты Европы по отдельным видам спорта, - выставки-ярмарки «Еврорегиона Буг» «Еврорегиона Неман»),
Национальные события	- национальные фестивали искусств
Локальные события	- дни города - местные ярмарки

Событийные мероприятия становятся важным мотивирующим фактором в туризме, а сам событийный туризм делает упор на привлечение наплыва туристов на интересное для них событие в жизни какого-либо региона.

Несмотря на обширную классификацию по тематике, большую долю событийного туризма составляют:

- международные выставки и ярмарки;
- карнавалы;

- спортивные события;
- конгрессы;
- фестивали [29].

Международная выставка - это показ и демонстрация товаров перед зарубежными специалистами, потребителями и широкой общественностью с целью ознакомления с передовыми достижениями в соответствующих отраслях и результатами научного прогресса [13]. Выставки — эффективный ресурс для организации и проведения маркетинговых исследований, так как они дают заинтересованным организациям обширную прикладную информацию. Каждая выставка является своеобразным срезом вполне конкретной рыночной ситуации, она дает возможность не только осуществлять поиск соответствующих рынков, но и участвовать в выходе на эти рынки с помощью наиболее эффективных способов. Каждая выставка – важная и емкая в плане материальных затрат часть маркетингового плана любой организации, которая принимает в ней участие в роли экспонента, посетителя или организатора [25]. Выставочный рынок прочно занял свое место в продвижении товаров и услуг от производителя к потребителю. Участие в выставках сегодня является непременной составляющей успеха той или иной фирмы. Количество выставок и разнообразие их тематик в последние годы заметно расширилось [6].

Международная ярмарка - это международная экономическая выставка образцов, международный рынок товаров и услуг, организуемый в установленные сроки в течение определенного периода времени и в одном и том же месте. Целью их проведения является заключение торговых сделок не только в национальных, но и в международных масштабах [7].

Ярмарки и выставки считаются международными при значительном количестве иностранных участников (обычно не менее 10%) и посетителей-специалистов (обычно не менее 5%). На международных ярмарках и выставках демонстрируются основные предлагаемые товары и услуги одной или нескольких отраслей [34].

Выставки и ярмарки занимают особое место в арсенале средств рекламного воздействия, так как представляют очень широкие возможности демонстрации рекламируемых изделий для установления прямых контактов с непосредственными покупателями и потребителями [40].

Основное отличие ярмарки от обычного рынка заключается в том, что в ее рамках запрещена продажа товаров с выносом, то есть торговля осуществляется строго по образцам, хотя сам образец по ее окончании может быть продан. Наиболее известными международными ярмарками признаны Ганноверская международная ярмарка, международные ярмарки во Франкфурте - на - Майне, в Лейпциге, Париже, Милане, Брюсселе и др. [4].

В последнее десятилетие граница между выставками и ярмарками практически стерлась, поскольку в настоящее время не только на ярмарках, но и на выставках осуществляется торговля по образцам, заключаются сделки, ведется маркетинговая, коммерческая и рекламно-пропагандистская работа, включающая также PR-акции [8].

Международные выставки и ярмарки являются своеобразным смотром достижений в важнейших областях человеческой деятельности. Основные функции международных выставок и ярмарок — распространение мировой культуры, обмен научно-технической информацией, реклама продукции и расширение внешнеторговых связей [22].

Многие выставки и ярмарки проводится систематически в одно и то же время, а иногда и два раза в год. Самое популярное время для подобных мероприятий — весна и осень, что позволяет расширить туристский сезон. Продолжительность выставки или ярмарки составляет обычно 2 недели. За это время их посещают от десятков тысяч до нескольких миллионов человек [5].

Статусом «выставочных» и «ярмарочных» городов обладают, прежде всего, столичные и крупнейшие города, в которых значителен собственный потенциал посетителей (жителей города) и бывает много иностранных туристов. Очень часто такие мероприятия организуют в приморских городах,

которые включаются в программу посещений круизного туризма. Около 80% выставочных мероприятий приходится на страны западной Европы и Северной Америки [13].

Особенно много их проводится на территории США, Франции, Германии и Великобритании. Крупнейшими центрами выставочной деятельности в Европе и Америке являются: Амстердам, Барселона, Берлин, Брюссель, Ганновер, Вашингтон, Вена, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж, Страсбург, Давос. Эти города имеют соответствующую материально-техническую базу и располагают возможностями для организации досуга иностранных гостей [9].

Примерами традиционно проводимых выставок могут служить авиасалон (международная выставка воздухоплавания и ракетостроения) в Бурже (Франция), ежегодные выставки книг и полиграфического оборудования во Франкфурте-на-Майне (Германия), крупнейший автосалон в *Женеве* (Швейцария) [16]. В последние три десятилетия в связи с бурным развитием международного туризма все чаще проводят туристские выставки и ярмарки с целью ознакомления с туристской продукцией различных фирм, заключения коммерческих сделок и договоров, установления деловых контактов, обмена информацией, рекламы. Число подобных мероприятий постоянно растет. Только в Европе ежегодно организуется свыше 200 международных туристских выставок и бирж [7].

Самая крупная в мире туристическая ярмарка — Международная биржа по туризму (International Tourism Borse — ИТВ) проводится ежегодно с 1966 года в Берлине с участием туристских предприятий, представителей национальных туристских организаций, транспортных и страховых компаний, специализированных издательств. В 1998 г. в работе выставки приняли участие более 7 тысяч экспонентов из 188 стран мира. За пять дней работы ее посетили 55 тыс. специалистов туристской индустрии и любителей путешествий. Работа берлинской биржи строится по принципу тематических дней, каждый из

которых посвящается определенным направлениям в развитии туристской индустрии (например, экологическому туризму, перспективам туризма в отдельных регионах мира) [15].

Ежегодно с 1980 г. в конце января — начале февраля в *Мадриде* проводится Международная туристская выставка-биржа ФИТЮР (FITUR). Это событие занимает особое место в календаре международных туристских событий. В Мадриде в начале года определяются ценовые и иные тенденции на туристском рынке в новом сезоне [28]. ФИТЮР — это демонстрация прежде всего туристских продуктов из испано-говорящих стран (Испания, страны Латинской Америки). Также в выставке принимают участие туристские фирмы из стран северной, центральной и Восточной Европы, из США и Канады, в которых отдых в Испании неизменно пользуется спросом у населения. В 1998 году мадридскую выставку посетили около 300 тыс. человек, в том числе 40 тыс. специалистов. В ее работе приняли участие около 6 тыс. туристских фирм из 170 стран мира [10].

Все более престижной становится Всемирная туристская ярмарка (World Travel Market — WTM), организуемая с 1980 г. в Лондоне. Она проходит ежегодно в середине ноября. Это сугубо профессиональная выставка предназначена для установления прямых контактов между специалистами из разных стран. В ней принимают участие более 60 тыс. представителей из 150 стран [13].

Карнавалы (от итал. carnevale — карнавал, из лат. carnem levare — убрать мясо) — праздник, связанный с переодеваниями и красочными шествиями [7]. Карнавал - народный праздник под открытым небом, сопровождающийся уличными шествиями, танцами, маскарадами, театрализованными играми. Аналогичен славянской Масленице. Распространен в католических странах и восходит к языческим обычаям Римской империи. По времени обычно предшествует Великому посту, откуда и происходит название. Сопровождается массовыми народными гуляньями с уличными шествиями и

театрализованными представлениями [13].

Главнейшая часть любого карнавала — шествие по главным улицам города. Ведущий его мотив — изобилие, происходящее от древнейших праздников урожая [16]. Оно может быть выражено в огромных кучах сельскохозяйственных продуктов, цветов, кушаний, которыми кормят всех желающих. Всё происходящее во время шествия носит подчёркнуто игровой характер. Основная фигура на карнавале — шут. Он задаёт тон и шествию, и представлению, которое затем развёртывается на центральной площади города [34].

Карнавалы исторически подразумевают раскрепощение в развлечениях и сексе. Отсюда идет широкое распространение на карнавалах маскарадов — мужчины и женщины надевают причудливые костюмы и маски, стремясь

быть привлекательными и не узнанными. В средние века французы установили традицию карнавала как всеобщего праздника с обильным возлиянием, танцами и любовными играми, а политические партии использовали праздник для шуточной критики власти. В Италии карнавалы парадными проходили по улицам Рима, Неаполя и других городов [26]. Шутки, смех, веселье присутствовали везде на улицах и в домах. Посмотреть на итальянский маскарад прибывали гости из многих заморских стран. Сложнейшие сплетения человеческих судеб комедийных, возвышенных и трагических в связи с карнавалами и маскарадами стали темой многих выдающихся литературных произведений, ставших основой классики этого жанра [40].

Высокая эстетичность, а часто и экзотичность карнавалов привлекают множество туристов. Многие из них проводятся регулярно в определенные сроки, к которым и приурочиваются многочисленные туристические поездки. Примерами могут служить знаменитые карнавалы в Бразилии, карнавалы и маскарады в Италии [4].

Использование карнавала как формы праздничной культуры получило широкое распространение при организации массовых праздников. Что

используется как организация разновидности туризма. Карнавал как объект туризма может являться своеобразным ходом в повышении имиджа, который будет способствовать развитию туризма в определенном регионе, что, в итоге, скажется и на всей инфраструктуре региона [25]. Карнавал может выступать средой, в которой человек реализуется, удовлетворяет потребность в общении, а также снимает напряжение, вызванное личностными, социальными или политическими проблемами. Карнавал способствует формированию имиджа, бренда того региона, где он проводится, что способствует развитию туризма в регионе [1]

Спортивный событийный туризм – организация и посещение спортивных событийных и культурно-зрелищных мероприятий [7]. Международные спортивные состязания (Олимпийские игры, чемпионаты мира и континентов, универсиады, Формула-1) привлекают миллионы людей. И даже развитие современных систем связи и телевидения не уменьшают потока туристов, отправляющихся в другие страны с целью лично поучаствовать в спортивном празднике и поддержать команду своей страны. Можно считать, что посещение спортивных состязаний — один из древнейших видов путешествий [7].

В современном потоке спортивного событийного туризма спортсмены и сопровождающие их лица составляют незначительную часть, в основном они представлены болельщиками. Например, на матчах футбольных чемпионатов Европы присутствуют до нескольких десятков тысяч болельщиков команды прибывшей из другой страны. Поездки на спортивные мероприятия, как правило, кратковременны и не сопровождаются большими денежными тратами в расчете на одного туриста, но в связи с массовостью дают соответствующей стране немалый туристский доход [4].

Фестиваль — массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства [13]. Сегодня фестиваль туризм развился в отдельный вид отдыха. К числу известнейших событий в современной культурной жизни относится

Эдинбургский фестиваль. В Эдинбург съезжаются лучшие в мире оперные, балетные и театральные коллективы, а также различные фольклорные ансамбли. Сюда же стекаются и поклонники вечного искусства [6]. Среди любителей классической музыки популярностью пользуются международные фестивали в Сантандере (Испания; проводится уже 50 лет) и Люцерне (Швейцария). Фестивали классического искусства могут собирать до 55 тысяч человек. Важнейшими событиями в мире творчества стали фестивали киноискусства. Они традиционно проводятся в Каннах (Франция), Венеции (первый в мире международный кинофестиваль в 1932 г.), Берлине, Токио, Москве, Каире (крупнейший кинофестиваль в арабском мире) [34].

Конгрессный туризм - это специализированный вид туризма, организованный для проведения конференций, съездов, ассамблей, семинаров, также относится к категории делового туризма [17].

Интернационализация хозяйственной и культурной жизни проявляется в расширении контактов между специалистами разных направлений и проведении многочисленных конгрессов, съездов, совещаний, симпозиумов, конференций. В 30-е годы XX в. в мире проводилось ежегодно около 200 международных конференций. В настоящее время число подобных мероприятий перевалило за 8 тысяч в год, а число участников — за 10 млн (примерно 1,5 % от общемирового туристического потока) [14].

Наибольшее число участников международных конгрессов, конференций, совещаний дают развитые страны, преуспевающие в науке, технике, бизнесе; для них потребность в обмене информацией проявляется особенно ярко. Однако география конгрессных центров неуклонно расширяется. Центрами конгрессного туризма становятся города, отвечающие следующим требованиям:

- выгодное географическое положение;
- удобное транспортное сообщение;
- высокое качество индустрии гостеприимства;

- наличие необходимых помещений для заседаний;
- лидерство или значимость в определенном виде человеческой деятельности (науки, культуре, бизнесе и пр.);
- архитектурная привлекательность, наличие в самом городе или вблизи него экскурсионных объектов. Как правило, таким условиям отвечают крупные города (часто столичные), поэтому они и стали важнейшими центрами проведения конгрессов. Конгрессы часто проводят в научных, университетских, культурных и индустриальных центрах, курортах [10].

Международные встречи проходят в отелях, театрах, концертных залах, университетах. В 80-е годы 20 века, когда наметилась тенденция сближения конгрессной и выставочной деятельности, возникла и получила широкое распространение американская модель центра съездов. Это — специальные здания, состоящие из больших залов, которые могут быть использованы под выставки и одновременно рассчитаны на прием участников конференций [18].

В последние годы международные мероприятия все чаще проводятся в зданиях, имеющих историческое значение, в замках; пользуются популярностью конгрессы на борту судов [14].

Около 80 % конгрессных мероприятий приходится на страны Западной Европы и Северной Америки. Первые три позиции по числу международных симпозиумов и совещаний прочно удерживают США, Франция и Великобритания. Известными центрами конгрессного туризма являются: Амстердам, Брюссель (столица Европейского Сообщества), Вашингтон, Вена, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж, *Давос* (экономический форум, Швейцария) [6].

Экономическое развитие Азиатско-Тихоокеанского региона обусловило проведение международных встреч в Гонконге, Сингапуре, Бангкоке. В последние годы по оценке международных экспертов лучшим местом для конгрессных мероприятий признается Сидней (Австралия) [13].

В конгрессном туризме, как правило, участвуют хорошо обеспеченные

люди, поэтому доход от одного туриста в 2-3 раза выше по сравнению со среднестатистическим туристом, а общий доход составляет 5-6 % от общемирового [4].

Большое значение конгрессный туризм имеет для сглаживания сезонности в туризме, так как он приурочен к событию — определенному совещанию, конференции. Около 1/5 проводимых в мире конгрессных мероприятий приходится на сентябрь. Организация конгрессных туристских потоков осуществляется легче, чем туризма вообще, поскольку информация о различных конференциях рассылается за много месяцев [13].

1.3 Характеристика событийного туризма города Красноярск

На сегодняшний день, согласно стратегии развития туризма в России, многие регионы страны развивают на своих территориях туристические маршруты. Особое направление формирует событийный туризм. В исследовании Intesco Research Group отмечается, что на этот вид туризма к концу 2015 года пришлось около 2 % от всех маршрутов [36]. Следует отметить, что в последние годы в культурной, деловой и спортивной жизни страны наметились серьезные сдвиги и оживление. Во всех регионах страны отмечаются не только праздники, но и проводятся различные фестивали, форумы, выставки, ярмарки, спортивные состязания и пр. Каждый регион старается привлечь к себе туристов, а интересные события являются для них объектами притяжения [33]. Для облегчения процесса путешествия по России был создан EventGuide.ru – первый российский портал о событийном туризме, который стал членом Российского союза туристической индустрии. Создание портала является еще одним шагом для привлечения туристов в Россию с целью посещения различных мероприятий [36].

Красноярск начала 21 века – это город культурных и спортивных традиций, уникальных природных памятников, город с интенсивно

развивающейся экономикой, а также место проведения масштабного спортивного события – зимняя «Универсиада 2019» [27].

В Красноярске регулярно проводятся следующие значимые на местном уровне спортивные мероприятия:

1. Международный турнир по вольной и женской борьбе «Голден Гранпри имени Ивана Ярыгина». Мероприятия проводятся в январе, является одним из самых престижных соревнований по вольной борьбе в мире [43].

2. Всероссийский «День снега» – спортивный праздник «Снежные забавы». Проводится в январе. Интерактивные площадки (зимний квест «Снежные забавы», катание на северных оленях, конкурс на самый дальний спуск с горы «Веселые сани», семейная эстафета, детская анимация и др.) [19].

3. Спортивный праздник в рамках Всероссийских акций «Лыжня России». Проводится в феврале. В программе праздника: выставка зимних спортивных товаров; бесплатная консультация специалиста по подбору спортивной одежды и инвентаря; фотовыставка с зимних спортивных мероприятий; работа безалкогольного бара с сибирским напитком «Сбитень»; соревнования по зимнему футболу, хоккею с мячом; работа интерактивных площадок по кёрлингу и фигурному катанию; розыгрыши призов; бесплатные гречневая каша и чай; катание на хасках и многое другое [2].

4. Всероссийская акция «Лед надежды нашей». Проводится в феврале. Ежегодная Всероссийская массовая акция по конькобежному спорту [23]

5. Фестиваль по мультиспорту для лиц старшего возраста. Проводятся в марте. Женщины и мужчины, показавшие наилучшие результаты на отборочном этапе, формируют команды из трех человек и борются за звание лучшей мультиспортивной команды города среди красноярцев старшего возраста [30].

6. Матчи суперлиги по хоккею с мячом команды «Енисей». Проводятся регулярно. Красноярский «Енисей» – один из самых титулованных клубов в

нашей стране. На счету команды более 30 побед турнирах различного уровня [45].

7. Единая лига ВТБ. Матчи баскетбольной команды «Енисей». Проводятся регулярно.

8. Уникальные соревнования по роллер-спорту «Ночные роллеры». Проводятся в июне. В программе мероприятия – конкурсы, вечеринка на роликах и другие сюрпризы для гостей парка [44].

9. Полумарафон «Июльская жара». Проводится в июле. Соревнования по легкой атлетике.

10. Всероссийская акция «Оранжевый мяч». Проводится в августе. Всероссийские массовые соревнования по уличному баскетболу. Акция организована Министерством спорта Российской Федерации совместно с федерацией баскетбола России. В 2015 году её участниками стали более 80 000 человек из 78 городов России [41].

11. Приключенческая гонка «Городские джунгли». Проводится в августе. Соревнования в формате приключенческой гонки. Соревнуются команды: получают легенду гонки, проходят этапы на острове Татышев [30].

12. Всероссийская акция «Кросс Нации». Проводятся в сентябре. Детский забег, массовый забег на символическую дистанцию 2019 м. Легкоатлетический пробег «Познай себя» на 10 000 м [2].

13. Рогейн «Красноярские столбы». Проводится в сентябре. Рогейн – это вид спорта, близкий к спортивному ориентированию, приключенческим гонкам, горным марафонам и некоторым другим видам спорта. Основная задача – набрать за ограниченный промежуток времени максимальную сумму очков, которые присуждаются за посещение контрольных пунктов, установленных на местности [32].

14. Международный турнир по вольной борьбе на призы Бувайсара Сайтиева. Проводится в октябре. Особенностью турнира Сайтиева является проведение мастер-классов от именитых спортсменов [43].

15. Всероссийский день самбо. Проводится в ноябре. Самое масштабное по количеству участников и географическому охвату мероприятие по самбо в нашей стране [41].

Кроме обширного календаря спортивных событий объектами притяжения событийного туризма в Красноярске являются следующие культурные мероприятия:

1. Зимний «Суриковский фестиваль искусств». Проводится в декабре-январе. Множество разножанровых, разноплановых мероприятий (квесты, выставки, кинопоказы и молодёжные акции, поэтические и литературные, музыкальные и даже маскарадные вечера и балы) [31].

2. В сентябре ежегодно проводится Международный фестиваль камерно-оркестровой музыки [31].

3. Летом, в июле-сентябре проводится фестиваль «АРТ-берег». Несколько творческих площадок, организованных главным управлением культуры, управлением молодёжной политики и главным управлением по физической культуре, спорту и туризму администрации Красноярска. Программа площадок рассчитана на красноярцев и гостей города любого возраста с целью организации вечернего досуга [23].

4. В сентябре проводится бал ценителей музыки. Уникальный формат для общения учащихся детских школ искусств, музыкальных, художественных, хореографических училищ, вузов города, педагогов и родителей. Главная задача Бала – мотивация одаренных детей к дальнейшему профессиональному обучению [31].

5. В январе проводится мероприятие Волшебный лёд Сибири (Magic ice of Siberia) – открытый фестиваль-конкурс снежно-ледовых скульптур. За три года реализации проекта его участниками стали более 200 мастеров из различных уголков нашей страны и мира. В разные годы в Красноярск приезжали мастера из США, Китая, Латвии, Японии, а также из городов России: Архангельска, Иркутска, Казани, Кызыла, Магадана, Барнаула, Перми,

Прокопьевска, Шелехова и других. Тысячи красноярцев и гостей города приходят на набережную реки Енисей, чтобы увидеть созданные скульптуры, пообщаться с мастерами и приобщиться к снежно-ледовому искусству, увидеть и насладиться игрой оттенков мерцающего под лучами солнца льда [23].

6. Ежегодно 9 мая проводится День победы, который включает в себя праздничные мероприятия: концерты, спортивные турниры, чаепития.

7. Классическим является День города в июне, который включает в себя карнавальное шествие, выступления лучших творческих коллективов города, интерактивные площадки на набережной Енисея, а сам день города – это одно огромное событие. Традициями этого дня стали: «Красноярский карнавал», концертные представления на открытых площадках по всем районам города, праздничные фейерверки. Также можно посетить: открытое первенство города по парусному спорту в рамках всероссийской акции «Паруса России», фестиваль «Казачья застава», фестиваль банного искусства «Легкий пар», чемпионат города по ношению жен, велоквест «Остров сокровищ» и многое другое. [31].

В Красноярском крае достаточное количество ресурсов для событийных мероприятий, поэтому, в борьбе за туристские потоки, нужно активнее развивать эту сферу.

2 Организация и методы исследования

2.1 Характеристика методов исследования

Методы научных исследований – это те приемы и средства, с помощью которых ученые получают достоверные сведения, используемые далее для построения научных теорий и выработки практических рекомендаций.

В работе использованы следующие методы исследования:

1. Анализ литературных и интернет источников.
2. Проведение социологического опроса.
3. Проектный метод.

Анализ специальной и научно-методической литературы осуществлялся в первой главе ВКР. Решение данных вопросов на теоретическом уровне осуществляется на изучении литературы по теории и методике туризма и иных специализированных источников. Этот метод помог нам дать понятие событийного туризма, а также охарактеризовать событийный туризм в городе Красноярске.

Опрос представляет собой метод, при использовании которого человек отвечает на ряд задаваемых ему вопросов. Есть несколько вариантов опроса, и каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Рассмотрим их: устный опрос применяется в тех случаях, когда желательно вести наблюдение за поведением и реакциями человека, отвечающего на вопросы. Этот вид опроса позволяет глубже, чем письменный, проникнуть в психологию человека, однако требует специальной подготовки, обучения и, как правило, больших затрат времени на проведение исследования. Ответы испытуемых, получаемые при устном опросе, существенно зависят и от личности того человека, который ведет опрос, и от индивидуальных особенностей того, кто отвечает на вопросы, и от поведения обоих лиц в ситуации опроса.

Письменный опрос - позволяет охватить большее количество людей. Наиболее распространенная его форма – анкета. Но ее недостатком является то, что применяя анкету, нельзя заранее учесть реакции, отвечающего на содержание ее вопросов и, исходя из этого, изменить их.

Свободный опрос – разновидность устного или письменного опроса, при которой перечень задаваемых вопросов и возможных ответов на них заранее не ограничен определенными рамками. Опрос данного типа позволяет достаточно гибко менять тактику исследования, содержание задаваемых вопросов, получать на них нестандартные ответы. В свою очередь стандартизированный опрос, при котором вопросы и характер возможных ответов на них определены заранее и обычно ограничены достаточно узкими рамками, более экономичен во времени и в материальных затратах, чем свободный опрос.

Проектирование заключалось в разработке примерной программы спортивно-событийного мероприятия, основанном на результатах опроса и посещении футбольного матча в городе Красноярске.

2.2 Организация исследования

Проанализировав современное состояние исследуемого вопроса, было проведено исследование. С целью последовательного решения задач, исследование было разделено на несколько этапов.

На предварительном этапе, теоретическом, изучалась и анализировалась научно-методическая и специальная литература по теме исследования.

На основном этапе исследования был проведен социологический опрос среди жителей соседних регионов, целью которого было выявление интереса граждан в спортивно-событийном мероприятии, основанном на посещении матча Российской футбольной Премьер-лиги.

На заключительном этапе был проведен анализ и обработка полученных данных, а также была предложена примерная событийная программа в городе

Красноярске и после формулирования выводов, работа была оформлена в соответствии с требованиями.

С целью изучения возможной востребованности спортивно-событийного мероприятия был проведен опрос в социальной сети «ВКонтакте», где приняло участие 215 человек в возрасте от 17 до 50 лет. Для осуществления исследования была разработана анкета по изучению предпочтений и заинтересованности граждан в посещении города Красноярска, а именно матча Российской футбольной Премьер-Лиги (Приложение А).

3 Результаты исследования и их анализ

3.1 Выявление востребованности посещения мероприятия

В 2018 году Футбольный клуб «Енисей» впервые в своей истории вышел в Российскую футбольную Премьер лигу, обыграв в Махачкале местный «Анжи» [41]. Таким образом, наша команда будет единственным представителем Сибирского региона в элитном футбольном дивизионе нашей страны. А это значит, что наш в город в течении как минимум ближайшего года будут приезжать лучшие футбольные команды нашей страны, среди которых и московский «Спартак», «ЦСКА», действующий чемпион «Локомотив», а также питерский «Зенит».

Первое место по числу реальных поклонников в стране занимает московский «Спартак». После победного чемпионата ряды его болельщиков несколько увеличились, и их число вплотную приблизилось к 2 миллионам человек.

Столичный «ЦСКА» за 12 лет растерял по всей стране примерно 100 тысяч болельщиков: в 2005 году их было 1,3 миллиона, сейчас – около 1,2 миллиона по всей стране.

Из российских топ-клубов только «Зенит» по сравнению с серединой прошлого десятилетия увеличил число своих почитателей – с 1.1 до 1.6 миллионов человек. [41].

Футбол – самая популярная игра в мире. А как вид спорта, он вызывает сильные эмоции среди большого числа, как мужчин, так и женщин, подростков и детей. После проведение нашей страной Чемпионата Мира 2018, ожидается скачек ажиотажа вокруг всего что связано с футболом, а спортивные школы ждут прибавление детей, мечтающих стать профессиональными футболистами.

В связи с этим мы предполагаем приезд в наш город не только

болельщиков определенного количества команды гостей во время матчей Премьер-Лиги, но и болельщиков этой же команды, но и из различных сибирских регионов, что вполне объяснимо, ведь такая практика очень распространена среди футбольных фанатов. В связи с этим, мы решили провести опрос. Анкета была размещена в социальной сети «ВКонтакте». Всего в опросе приняло участие 215 человек в возрасте от 17 до 50 лет. По результатам анкетирования были построены диаграммы, которые наглядно демонстрируют предпочтения и заинтересованность граждан.

В анкетировании приняли участие 121 мужчина и 94 женщины (рис.1).

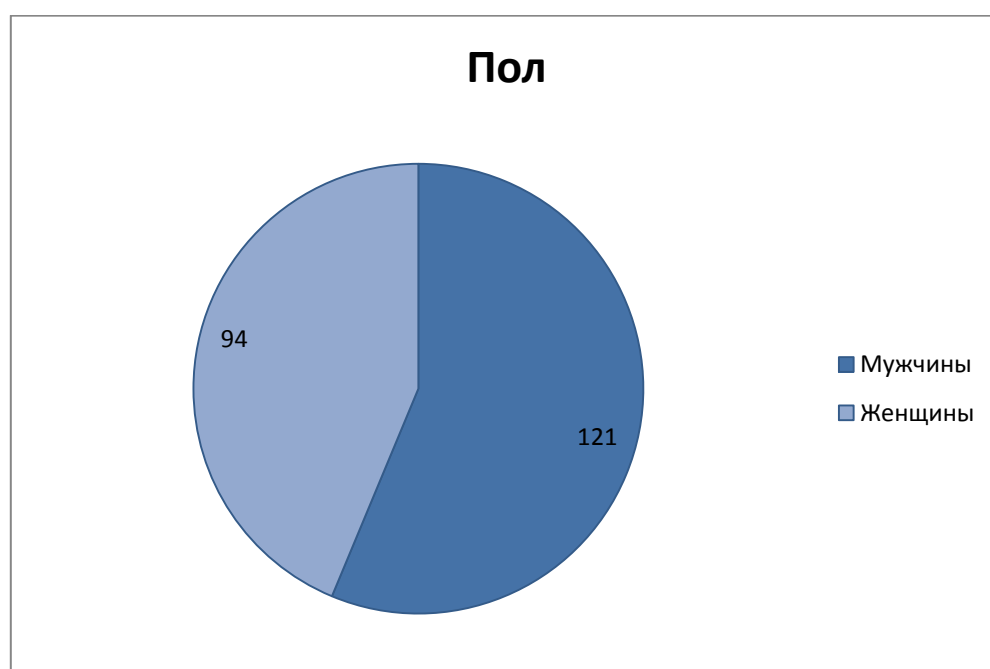


Рисунок 1 – Распределение респондентов по гендерному признаку

В основном респондентами анкетирования стали люди в возрасте от 17 до 50 лет (рис.2).

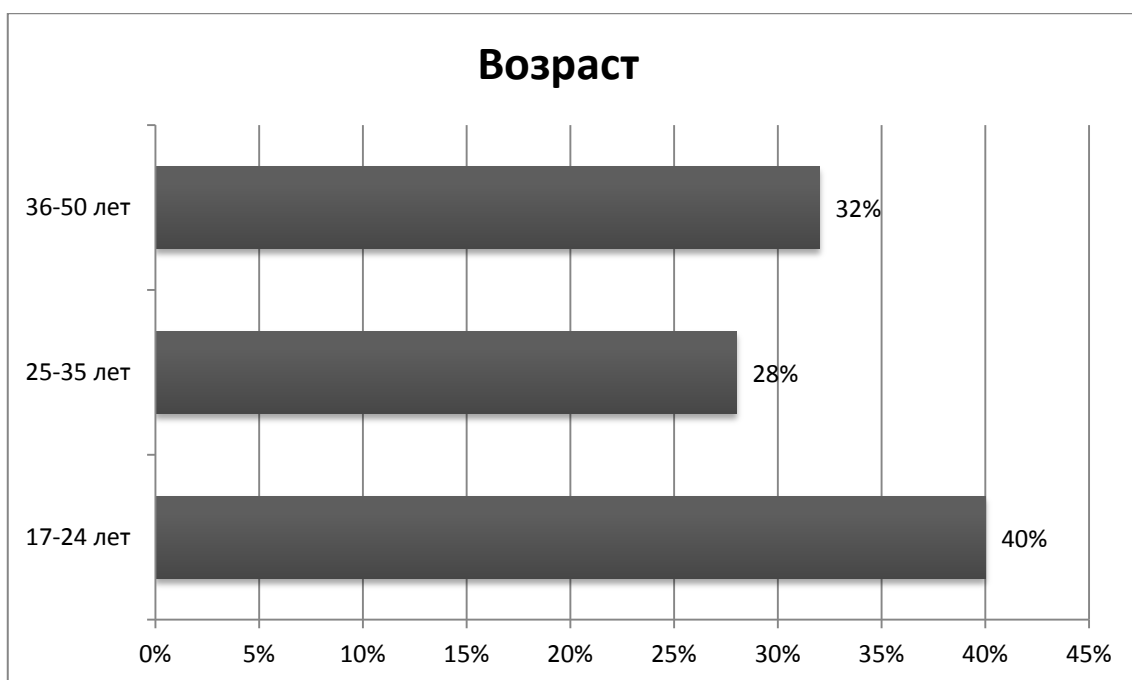


Рисунок 2 – Распределение респондентов по возрасту

Ответы на вопрос (рис. 3): «В каком регионе вы проживаете?» показали, что в основном в анкетировании принимали участие жители, ближайших к нам регионов.

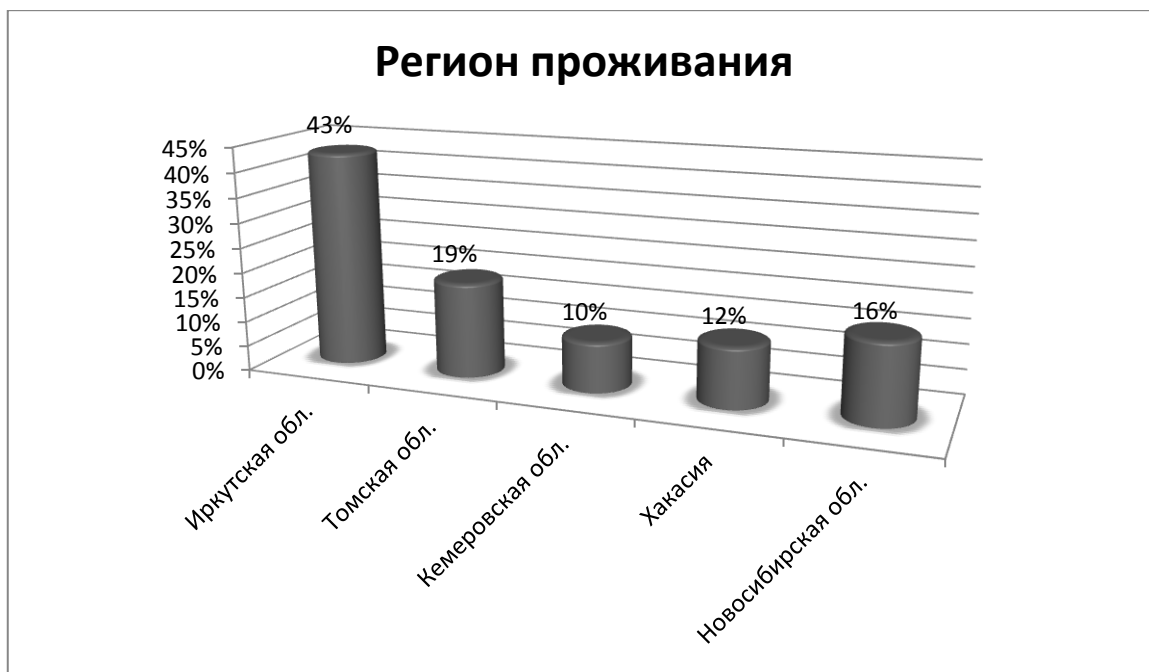


Рисунок 3 – Регион проживания респондентов

На вопрос о клубных предпочтениях ответы распределились как показано на рисунке 4.



Рисунок 4 – Клубные предпочтения респондентов

Большинство респондентов положительно ответили на вопрос: «Хотели бы вы посетить город Красноярск, сходяв на игру Российской Премьер-Лиги?» (рис.5).

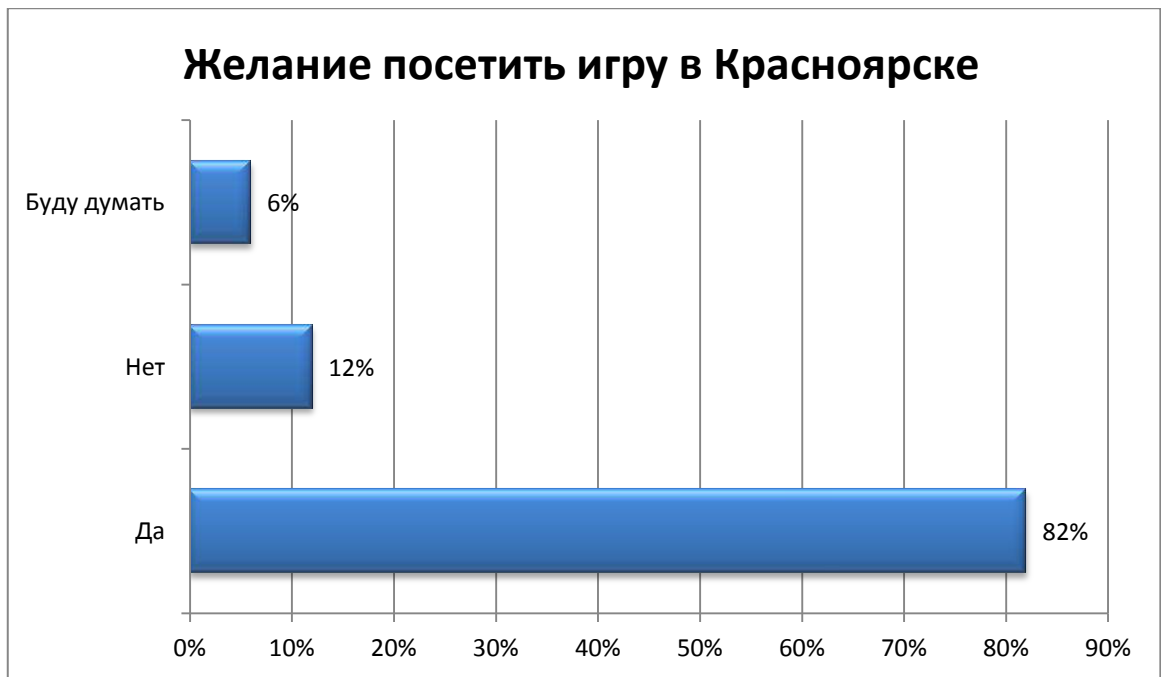


Рисунок 5 – Желание респондентов посетить игру в Красноярске

Следующий вопрос звучал следующим образом: «Посещали ли вы город Красноярск ранее?» Ответы респондентов представлены ниже (рис.6).



Рисунок 6 – Ответы респондентов на вопрос о посещении Красноярска ранее

На вопрос: «Хотели бы вы увидеть уникальные достопримечательности

города Красноярска, помимо футбольного матча?»), ответы распределились как показано ниже (рис.7).

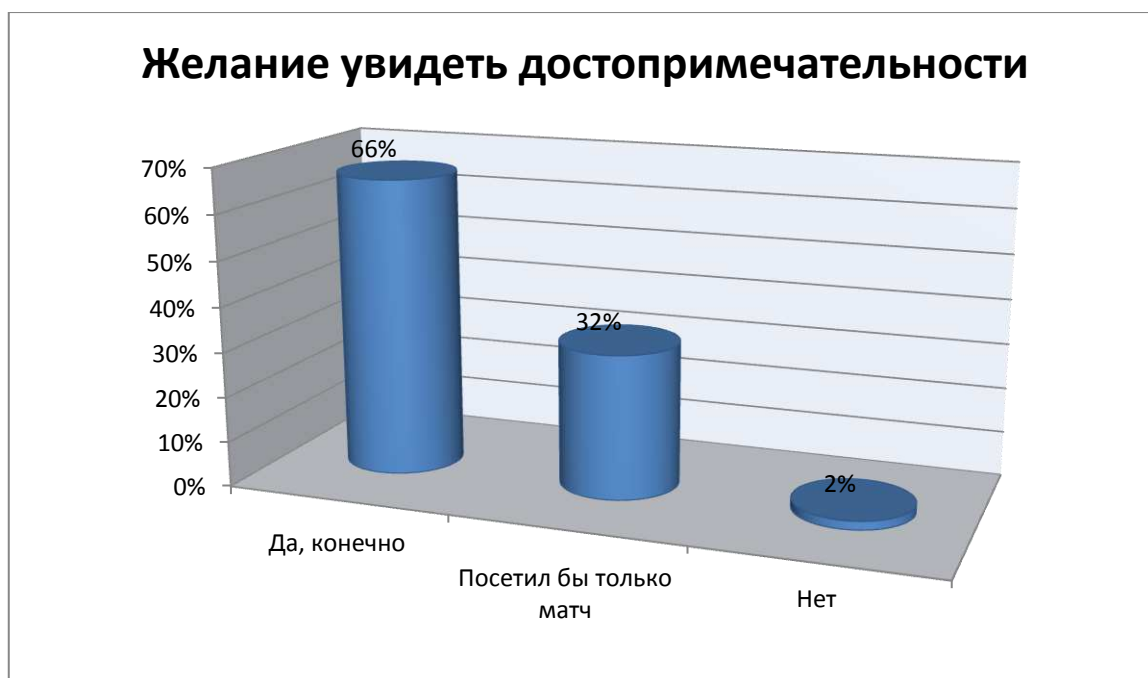


Рисунок 7 – Желание респондентов увидеть достопримечательности города, помимо футбольного матча

В результате проведенного исследования по данным интернет-опроса можно сделать следующие выводы:

1. Большинство респондентов никогда не были в Красноярске, но хотели бы посетить наш город.

2. Большинство проголосовавших болеют за сильнейшие российские клубы и хотели бы посетить игру Российской Премьер-Лиги в городе Красноярске.

3. Помимо посещения футбольного матча, людям было бы интересно также увидеть интересные достопримечательности города.

3.1 Разработка примерной программы спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске

Событийный туризм – это яркое и интересное направление в индустрии путешествий [7]. Для туриста - это отличный способ провести время с пользой в атмосфере близкой по духу. Настоящий отдых - это смена обстановки. Интересная однодневная программа поможет посетить игру Российской футбольной Премьер-Лиги, а также увидеть достопримечательности города Красноярска.

Продолжительность программы – 13 часов.

Целевая аудитория. Программа рассчитана на туристскую группу в составе 3 человек. Участие в данном спортивно-событийном мероприятии не имеет половых и возрастных ограничений.

Программа однодневного спортивно-событийного мероприятия начинается и заканчивается на железнодорожном вокзале города Красноярска.

Таблица 4 – Программа однодневного спортивно-событийного мероприятия.

Время	Вид деятельности
8:00-9:00	Встреча гостей на ж/д вокзале
9:00-10:00	Трансфер и посещение символа города – Часовни Параскевы Пятницы на Караульной горе.
10:00-11:30	Трансфер и завтрак в сети кофеен Traveler`s Coffee (Карла Маркса, 95)
11:30-13:00	Трансфер и посещение смотровой площадки «Царь-рыба» на Слизневском утесе
13:00-15:00	Трансфер и посещение фанпарка «Бобровый лог», (Проезд на канатно-кресельном подъемнике К1)

Окончание таблицы 4

Время	Вид деятельности
15:00-16:30	Трансфер и обед в пивном ресторане The James Shark Pub (Карла Маркса, 155а)
16:30-17:30	Выход на футбольный матч Российской футбольной Премьер-Лиги (Центральный стадион)
18:00-20:00	Просмотр матча Российской футбольной Премьер-Лиги
20:00-20:30	Трансфер на ж/д вокзал

Таблица 5 – Расчет стоимости спортивно-событийного мероприятия на одного человека. В стоимость входят следующие услуги:

Общие расходы	Расчет стоимости
Услуги сопровождающего по достопримечательностями на всем протяжении мероприятия	500 рублей
Услуги такси (все трансферы)	433 рубля
Завтрак	500 рублей
Билет на канатно-кресельную дорогу	270 рублей
Обед	1000 рублей
Билет на футбол	400 рублей
Итого	3103 рубля

Таким образом, стоимость спортивно-событийного мероприятия на одного человека составит 3103 рубля.

Данная программа направлена не только на посещение мероприятия (футбольного матча), но и на небольшое знакомство с самой историей и культурой города Красноярска. Событийный аспект воплотится в форме посещения матча, а экскурсионный в посещении нескольких местных достопримечательностей. Данное сочетание, в свою очередь, способно в значительной степени увеличить интерес туристов к нашему городу.

Программа данного спортивно-событийного мероприятия может быть рекомендована для использования туристско-информационному центру города Красноярска.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Событийный туризм является уникальным видом туризма, который в последнее время характеризуется высокой динамикой в уровне развития и приобретением всё большей популярности среди туристов. Согласно поставленным задачам, можно сделать следующие выводы:

1. Событийный туризм – это вид туризма, связанный с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран.

Характерными особенностями данного вида туризма являются:

- неразрывная связь цели поездки с каким-либо событием, происходящим в определенном месте в строго определенное время;
- событие, лежащее в основе тура, должно обладать качеством неоспоримой уникальности;
- организация событийного туризма прямо зависит от доброй воли местных жителей, их желания, заинтересованности и участия в организации мероприятия или события;
- непосредственное участие туриста в событии.

Событийный туризм выполняет большинство основных функций туризма: экономические, социально – культурные и гуманитарные.

Из множества видов событийного туризма большую долю занимают фестивали, карнавалы, международные выставки и ярмарки, спортивные события и деловые.

2. Был проведен опрос среди жителей соседних регионов, целью которого было выявление интереса граждан в спортивно-событийном мероприятии в городе Красноярске.

3. На основании результатов опроса была разработана однодневная программа спортивно-событийного мероприятия, основанная на посещении матча Футбольной Премьер-Лиги.

В заключение необходимо отметить, что событийный туризм обладает множеством преимуществ, при небольшом количестве недостатков. Основными преимуществами событийного туризма являются его высокая доходность и внесезонность. К его преимуществам можно отнести также и то, что он постоянно пополняется новыми событийными мероприятиями и турами, а туристы, которые посещают данный регион с целью принять участие в определенном событии, являются одновременно потенциальными потребителями других туристических продуктов в регионе.

Его единственным недостатком можно назвать только непредсказуемость спроса на то или иное событие.

Событийный туризм неисчерпаем по своим возможностям и содержанию, поэтому является уникальным видом туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдулазизова, С.Л. Роль событийного туризма в продвижении регионального турпродукта и популяризации отдыха в регионах / С.Л. Абдулазизова // Туризм: право и экономика. – 2012. - №. 3 – С. 10-12.
2. Администрация города [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://admkrsk.ru/476908>
3. Администрация Красноярского края [Электронный ресурс]: официальный сайт – Режим доступа: <https://krskstate.ru/476908>
4. Александрова, А.Ю. География туризма: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: КНОРУС, 2009. – 460 с.
5. Алексеева, А.В. Событийный туризм и ивент - менеджмент / А.В. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2011. - №6. - С. 7.
6. Арбузов А.Ф. География туризма: учебник для студ.сред.проф.образования / А.Ф. Арбузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2011 – 160 с.
7. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
8. Байбордина, А.Б. Ставка на событийный туризм / А.Б. Байбордина // Сибирский турист. портал. – 2012. - № 33. - С. 23.
9. Бизимова, И.Н., Анисимов Т. Ю. / Событийный туризм как особый вид туризма / И.Н. Бизимова., Т. Ю. Анисимов // Вестник Иркутского университета. - 2013. - Специальный выпуск. - С. 177-178.
10. Буйленко, В. Ф. Туризм: учебник / В. Ф. Буйленко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 416 с.
11. Главные новости [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://perm.bezformata.ru>
12. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. – Введ. 01.07.2011. – Москва: ОКСТУ, 2011. – 13с.
13. Гроснер, Г. А. Мир туризма: учебное пособие / Г. А. Гроснер. -

Минск: Харвест, 2013. – 256 с.

14. Гуляев, В.Г. Организация туристкой деятельности: учебное пособие / В.Г. Гуляев. – Москва: Нолидж, 2012. – 314 с.

15. Долженко, Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко., А.В. Шмыткова // Российское предпринимательство. – 2011. - № 18. – С. 41-43.

16. Донских, С.В. Событийный туризм: учебно - метод. пособие / С.В. Донских. - Минск: РИПО, 2014. – 112 с.

17. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма : учебно.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. - Москва: Таус, 2012. – 213 с.

18. Жукова, М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации: учебник / М.А. Жукова. - Москва: Голден, 2011. – 194 с.

19. Зайцев, В.П. Рекреация как научная дисциплина и ее исторические аспекты / В.П. Зайцев // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2017. – № 2. – С. 84-89.

20. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности: учебник / И. В. Зорин. – Москва: АСВ, 2013. – 234 с.

21. Игнатъев, Известия высших учебных заведений / В.В. Игнатъев // Северо-Кавказский вестник. - 2013. - № 6. - С.25-27.

22. Ильина, Е. Н. Основы туристской деятельности: учебник/ Е. Н. Ильина. - Москва: КНОРУС, 2012. - 275 с.

23. Информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yarsk-info.ru>

24. Историческая справка [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://amtg-rus.ru/kungur/history>

25. Казарина, А.С. Событийный туризм как актуальное направление туризма / А.С. Казарина // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. - 2014.- № 12. - С. 13-16.

26. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма: учебник / А. Д. Каурова. - СПб.: Издательский дом Герда, 2011 – 245 с.

27. Кашапов, Р.В. Событийный туризм: сделай сам! / Р.В. Кашапов // ОТЕЛЬ. – 2011. - №2. - С. 35.
28. Киреева, Ю.А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке / Ю.А. Киреева // Научный вестник МГИИТ. – 2012.- №3.- С. 13.
29. Коновалов, А. В. Событийный туризм: учебное пособие / А. В. Коновалов. - СПб: Питер, 2013. – 217 с.
30. Краевая государственная газета «Наш Красноярский край» [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Режим доступа: <https://gnkk.ru/398726>
31. Красноярск сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kr.ru/daily/24125/346374>
32. Красспорт [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://krassport.ru/746032>
33. Купченко, А.Г. Событийный туризм в России / А.Г. Купченко // Российское предпринимательство.– 2015. – № 22.- С. 208-210.
34. Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. Т.1. №1. – С. 415-419.
35. Проект « 59 фестивалей 59 региона»: [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <http://kulturaperm.ru/projects/proekt-59-festivalej-59-regiona-2/>
36. Развитие событийного туризма в России [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/articles/15/04/2015/562949994798260.shtml>
37. Романова, И.А. Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок: науч. изд. / И.А. Романова, В.В. Анисимова, Т.А. Рововая. – Москва : АВС, 2004.- 201 с.
38. Семенихин, В.В. Туристическая деятельность: учебное пособие / В.В. Семенихин. – Москва: Эксмо, 2013. – 246 с.
39. Сирченко, А.А. Оперспективах развития событийного туризма в Российской Федерации / А.А. Сирченко // Туризм: право и экономика. – 2012. - № 2. – С. 7-12.

40. Соколова, М.В. История туризма: учебное пособие / М.В. Соколова.- Москва: Академия, 2012. – 195 с.
41. Спортивный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://redyarsk.ru/362918>
42. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132 - ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
43. Федерация спортивной борьбы России [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Режим доступа: <https://wrestrus.ru/576467>
44. Федерация триатлона Красноярского края [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://krastriathlon.ru/346783>
45. ХК «Енисей» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://hc-enisey.ru/468908>
46. Чичкина, С.С. Праздник живет традицией. Блином туриста привлекая... / С.С. Чичкина // Туризм : практика, проблемы, перспективы. – 2012. - № 3. - С. 12-14.
47. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство: учебник / А. Д. Чудновский. - Москва: Академия, 2011. – 243 с.
48. Шматько, Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / Л.П. Шматько. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 225 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкетирование о заинтересованности граждан соседних регионов в посещении спортивно-событийного мероприятия в городе Красноярске

Просим Вас принять участие в опросе с целью выявления заинтересованности в спортивно-событийном мероприятии в городе Красноярске, основанном на посещении матча Российской футбольной Премьер-Лиги. Ваши ответы позволят нам определить какой должна быть программа, отвечающая всем Вашим интересам и предпочтениям. Опрос проводится анонимно.

Инструкция: прежде чем ответить на вопрос, внимательно прочитайте предлагаемые варианты ответов. Выберите тот вариант, который отражает Ваше личное мнение, и отметьте его в специальном окошке рядом с номером.

Вопрос 1. Ваш пол:

<input type="checkbox"/>	Мужской	<input type="checkbox"/>	Женский
--------------------------	---------	--------------------------	---------

Вопрос 2. Ваш возраст:

<input type="checkbox"/>	От 17 до 24 лет	<input type="checkbox"/>	От 36 до 50 лет
<input type="checkbox"/>	От 25 до 35 лет		

Вопрос 3. Считаете ли вы себя футбольным болельщиком?

<input type="checkbox"/>	Да	<input type="checkbox"/>	Отчасти
<input type="checkbox"/>	Нет		

Вопрос 4. В каком регионе вы проживаете?

<input type="checkbox"/>	Красноярский край	<input type="checkbox"/>	Кемеровская обл.
<input type="checkbox"/>	Иркутская обл.	<input type="checkbox"/>	Томская обл.
<input type="checkbox"/>	Республика Тыва	<input type="checkbox"/>	Новосибирская обл.
<input type="checkbox"/>	Республика Хакасия	<input type="checkbox"/>	Другой регион

Вопрос 5. За какой футбольный клуб РПЛ вы болеете?

<input type="checkbox"/>	Енисей	<input type="checkbox"/>	Зенит
<input type="checkbox"/>	Цска	<input type="checkbox"/>	Другой
<input type="checkbox"/>	Локомотив		
<input type="checkbox"/>	Спартак		

Вопрос 6. Хотели бы вы посетить город Красноярск, сходяв на игру Российской футбольной Премьер-Лиги?

<input type="checkbox"/>	Да	<input type="checkbox"/>	Буду думать
<input type="checkbox"/>	Нет		

Вопрос 7. С кем бы вы предпочли приехать в Красноярск на матч Премьер-Лиги?

<input type="checkbox"/>	Один	<input type="checkbox"/>	С семьей
<input type="checkbox"/>	С другом/подругой		

Вопрос 8. Посещали ли вы ранее город Красноярск?

<input type="checkbox"/>	Да	<input type="checkbox"/>	Нет
--------------------------	----	--------------------------	-----

Вопрос 9. Хотели бы вы увидеть уникальные достопримечательности города Красноярска, помимо футбольного матча?

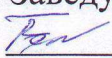
<input type="checkbox"/>	Да, конечно	<input type="checkbox"/>	Посетил бы только матч
<input type="checkbox"/>	Нет		

Вопрос 10. Какую примерную сумму денег вы готовы потратить за один день в другом городе, приехав смотреть футбольный матч? (не считая проживание и питание)

<input type="checkbox"/>	До 1000 рублей	<input type="checkbox"/>	Больше 5000 рублей
<input type="checkbox"/>	1000-5000 рублей		

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента
физической культуры и туризма

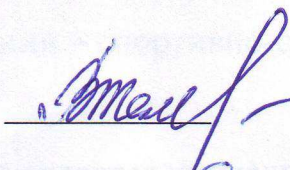
УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 В.М. Гелецкий
« 18 » июня 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ

Научный руководитель



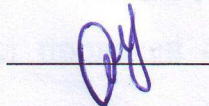
доцент В.В. Тельных

Выпускник



И.О. Вигуль

Нормоконтролер



К.В. Орёл

Красноярск 2018