

Научная статья

УДК 338.48

DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-20-34

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ ТЕРРИТОРИИ

Щербакова С. А.¹, Евдокимов М. Ю.²

¹ Смоленский государственный университет, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д. 4, Российская Федерация; Севастопольский государственный университет, 299053, г. Севастополь, ул. Университетская, д. 33, Российская Федерация; e-mail: sollos@mail.ru

² Государственный университет просвещения, 141014, Московская область, г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация; e-mail: 89107207477@mail.ru

Поступила в редакцию 02.06.2023

После доработки 11.07.2023

Принята к публикации 27.07.2023

Аннотация

Цель. Выявить преимущества развития событийного туризма в регионах Российской Федерации как современного тренда повышения узнаваемости территории.

Процедура и методы. Комплексное применение методов сравнительно-географического и системного анализа для проведения исследования позволило описать возможности влияния событийных мероприятий на повышение узнаваемости и развития территории. Для оценки качественных параметров событийного потенциала российских регионов в исследовании предпочтение было отдано методу рейтинговых оценок. На примере Смоленского региона при помощи SWOT-анализа раскрыты факторы формирования нового турпродукта в сфере событийного туризма.

Результаты. Обоснованы основные выгоды развития событийного туризма по сравнению с другими видами туризма (очевидный экономический и социальный эффекты, строительство и/или модернизация инфраструктуры территории, продвижение дестинации на мировом и национальном уровнях, увеличение турпотока, привлечение инвесторов). Предложены оптимальные направления и эффективные меры по стратегическому развитию событийного туризма в российских регионах: разработка программы по развитию событийного туризма в регионах РФ, создание разнообразных вариантов событийных мероприятий и их тематических направленностей, активизация механизма грантовой поддержки и субсидирования событийных мероприятий в регионах и др.).

Теоретическая и/или практическая значимость. В статье обозначены главные условия формирования (консолидация усилий органов государственной власти всех уровней, бизнеса и научного сообщества, точное попадание в целевую аудиторию, тщательная подготовительная работа и др.), существенные характеристики (массовость, всесезонность, зрелищность, регулярность, интерактивность) и основные элементы индустрии событийного туризма (размещение, питание, транспорт, информационное, управленческое и кадровое обеспечение). Доказана необходимость развития событийного туризма для повышения туристской привлекательности территорий и увеличение турпотока, особенно в низкий туристский сезон.

Ключевые слова: внутренний туризм, событийный туризм, региональное развитие, узнаваемость территории, Смоленская область

Original Research Article

EVENT TOURISM AS A FACTOR OF INCREASING RECOGNITION OF THE TERRITORY

S. Shcherbakova¹, M. Evdokimov²

¹ Smolensk State University, ul. Przhevalsky 4, Smolensk 214000, Russian Federation; Sevastopol State University, ul. Universitetskaya 33, Sevastopol, 299053, Russian Federation, e-mail: sollos@mail.ru

² State University of Education, ul. Very Voloshinoy 24, Mytishchi 141014, Moscow region, Russian Federation, Moscow Region State University; e-mail: 89107207477@mail.ru

Received by the editorial office 02.06.2023

Revised by the author 11.07.2023

Accepted for publication 27.07.2023

Abstract

Aim. To identify the advantages of the development of event tourism in the regions of Russia as a modern trend in territorial marketing.

Methodology. The complex application of the methods of comparative geographical and system analysis for the study made it possible to describe the possibilities of the impact of event events on increasing the recognition and development of the territory. To assess the qualitative parameters of the event potential of Russian regions, the study gave preference to the method of rating estimates. Using the example of the Smolensk region, using SWOT analysis, the factors for the formation of a new tourism product in the field of event tourism are revealed.

Results. Based on the results of the study, the main benefits of the development of event tourism compared to other types of tourism were substantiated (obvious economic and social effect, construction and/or modernization of the territory's infrastructure, promotion of the destination at the global and national level, increase in tourist flow, attracting investors). Optimal directions and effective measures for the strategic development of event tourism in the Russian regions are proposed (to develop a program for the development of event tourism in the regions of the Russian Federation, to diversify the options for event events and their thematic focus, to activate the mechanism for subsidizing event events in the regions, etc.).

Research implications. The article outlines the main conditions for the formation (consolidation of the efforts of government authorities at all levels, business and the scientific community, accurate targeting of the target audience, careful preparatory work, etc.), essential characteristics (mass, all-season, entertainment, regularity, interactivity) and the main elements event tourism industry (accommodation, food, transport, information, management and personnel support). The need for the development of event tourism has been proven to increase the tourist attractiveness of territories and increase tourist flow, especially during the low tourist season.

Keywords: domestic tourism, event tourism, regional development, recognition of the territory, Smolensk region

Введение

В настоящее время динамично растущим направлением внутреннего туризма в Российской Федерации становится событийный туризм. Событийный туризм – один из важнейших факторов развития территорий, который способствует повышению узнаваемости и увеличению количества повторных туристских поездок. Исследователи чаще всего рассматривают событийный туризм как вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоёв общества и формированию положительного имиджа территории [8].

Практически во всех регионах нашей страны проводятся разнообразные тематические фестивали, бизнес-события, культурные, развлекательные и спортивные мероприятия, что способствует увеличению потока туристов. Именно событийный туризм для многих городов и отдельных населённых пунктов страны стал драйвером их развития, который способствует созданию особых региональных туристских продуктов. Разнообразие вариантов событий, их тематическая направленность позволяют реализовать потенциал практически любой территории.

Событийный туризм – уникальный формат, поскольку по содержанию он очень многогранен. В основе событийного туризма находятся мероприятия самых разных направлений: культурные, исторические, спортивные, этнографические, гастрономические и др. Проведение различных масштабных

мероприятий играет важную роль в возрождении территорий и городов, способствует репрезентации территориального и городского пространства, вносит значительный вклад в повышение туристской и инвестиционной привлекательности дестинации [4; 7].

В современных условиях очевидна растущая конкуренция между территориями не только за туриста, но и за инвестора. Событийный туризм даёт возможность познакомить потенциальных потребителей с новыми свойствами и ресурсами территории, повысить её узнаваемость и туристскую привлекательность, а также способствует активному продвижению территории на национальном уровне.

Кроме того, подобные события запускают механизм мультипликатора и очень эффективны для экономики территории, поскольку при их проведении используются услуги и товары местных поставщиков и производителей.

Теоретическим аспектам становления и развития событийного туризма посвящены работы Д. М. Аслановой, М. А. Кравчук [3], С. В. Донских¹, Т. Б. Климовой [7], З. Г. Мирзехановой [9], А. А. Никифоровой [10], А. А. Чертовой [13] и др.: приведены различные подходы к понятию и сущности событийного туризма, выявлены преимущества его развития в регионе по сравнению с другими видами туризма. Успешный опыт становления событийного туризма в регионах России проанализирован в аналитических материалах и отчётах, которые подготовлены Выставочным научно-иссле-

¹ Донских С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 110 с.

довательским центром и Ассоциацией туроператоров России¹.

Событийный туризм как особый инструмент развития территории

Традиционно событийный туризм рассматривается как вид туризма, при котором туристские поездки приурочены к каким-либо определённым событиям или мероприятиям [3].

Выделим важные особенности событийного туризма [6]:

1. прямая связь цели поездки с событием, происходящим в конкретной местности и определённый период времени. Фактор временной и периодической особенности события значитель-

но важнее фактора сезонности данного вида туризма;

2. событие, являющееся целью тура, должно быть оригинальным и аутентичным. Только в этом случае у туриста достаточно оснований для расходования времени и средств для поездки на территорию, где запланировано мероприятие;

3. желание, интерес и стремление местных жителей к поддержке мероприятия и участия в нём;

4. возможность непосредственного участия в мероприятии или проявления эмпатии к нему.

Д. М. Асланова и М. А. Кравчук, обобщая мнения ряда исследователей, выделяют существенные характеристики событийного туризма, к которым относят: массовость, всесезонность, зрелищность, регулярность, интерактивность и др. (рис. 1).

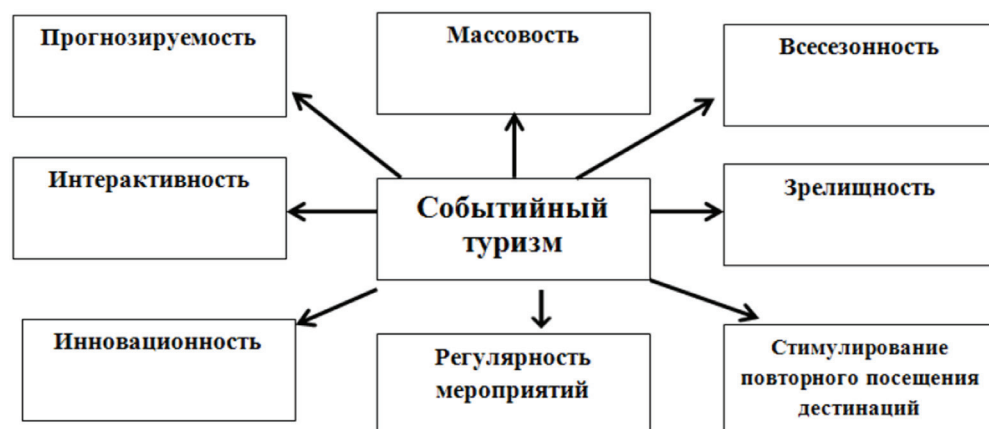


Рис. 1 / Fig. 1. Основные характеристики событийного туризма / Main characteristics of event tourism

Источник: составлено автором по [3]

Непосредственно само событие – это главное ядро при организации тура. Но туризм событийного характера, как и просто туризм, крайне ред-

ко может обойтись без традиционных осмотров культурно-исторических достопримечательностей или посещения других объектов туристского показа,

возможности дегустации локальной кухни или покупки местных сувениров. Всё это в синергии существенно улучшает впечатления туристов от территории и делает событийный тур-продукт востребованнее и популярнее. Многие ведущие специалисты не без причины предрекают, что в ближайшее время количество посетителей различных событий превысит число участников традиционных культурно-познавательных туров [2; 10].

Классификацию типов событий, являющихся основанием для организации событийного туризма, предложил профессор Общественного исследовательского университета в г. Калгари (Канада) Д. Гетц, который считает, что событие является главным мотиватором в туризме (табл. 1).

Событие должно отвечать следующим параметрам [3; 10]:

1. привлекает туристов и увеличивает турпоток;

2. ограничено по времени (не более 7 дней);

3. разовое мероприятие или повторяющееся через определённые промежутки времени;

4. усиливает внимание к региону, работает на имидж или узнаваемость области;

5. обеспечивает участие достаточно большому количеству людей и даёт возможность непосредственной коммуникации участникам;

6. выходит за пределы повседневности, обладает ярким выраженным неформальным характером атмосферы праздника, неповторимо, предлагает высокое качество и гостеприимство.

В плане оказания эффекта на продвижение событийного турпродукта наибольший интерес представляют те события, которые периодически повторяются и являются главным компонентом фиксации образа места и времени. В этом процессе немаловажную роль играют традиции и обычаи,

Таблица 1 / Table 1

Классификация событий / Event classification

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

Источник: [9]

собранные в определённом регионе на протяжении длительного времени.

Во время планирования и организации событийного мероприятия очень

важна классификация основных факторов, которые влияют на его проведение и в значительной степени зависят от вида и характера события (рис. 2).

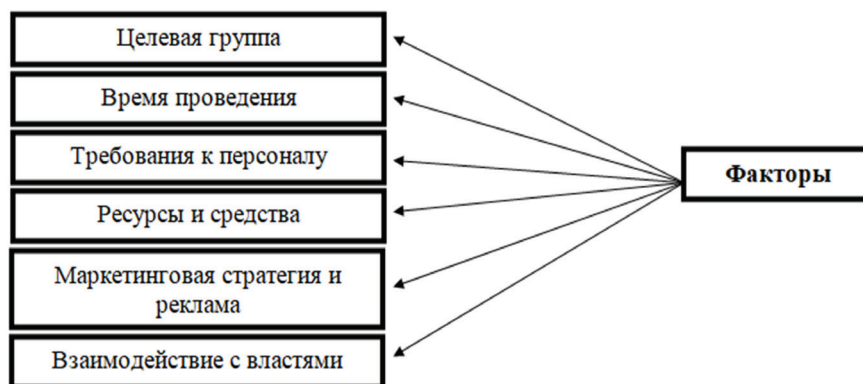


Рис. 2/ Fig. 2. Факторы, необходимые для организации событийного мероприятия / Factors necessary for organizing an event

Источник: составлено автором по [6]

При организации событийного туризма как вида туристской деятельности необходимо обращать особое внимание на основные составляющие индустрии туризма и гостеприимства: размещение, питание, транспорт, информационное, управленческое и кадровое обеспечение (рис. 3).

Перспективность этого вида туризма объясняется его некоторыми уникальными особенностями. Когда мы говорим о событийном туризме, мы не говорим о событийных мероприятиях в чистом виде – мы говорим об адаптации хороших мероприятий под приём организованного и неорганизованного турпотока. Вторая особенность – это отсутствие сезонности, соответственно, развивать событийный туризм можно круглогодично.

Также событийный туризм обладает очевидными преимуществами в территориальном развитии по сравнению с другими видами туризма (рис. 4).

Когда мы говорим о влиянии событийных мероприятий на туристский потенциал территории, то мы должны оценивать 2 горизонта такого влияния. В ближнем горизонте – это увеличение турпотока, в т. ч. в низкий туристский сезон.

В дальнем горизонте события, ориентированные на туристов, не просто формируют турпоток, они содействуют развитию туристского бренда территории. Например, праздник выпускников «Алые паруса» в Санкт-Петербурге, фестиваль исторической реконструкции «Времена и эпохи» в Москве – это элементы туристских брендов этих городов.

Благодаря брендовой составляющей туроператорам и другим компаниям, работающим в туристской отрасли, легче продвигать турпродукты. Например, если событие проходит 1 раз в год, то этим периодом оно ограничивается при привлечении турпото-



Рис. 3 / Fig. 3. Основные элементы индустрии событийного туризма / Key elements of the event tourism industry

Источник: составлено автором по [9]

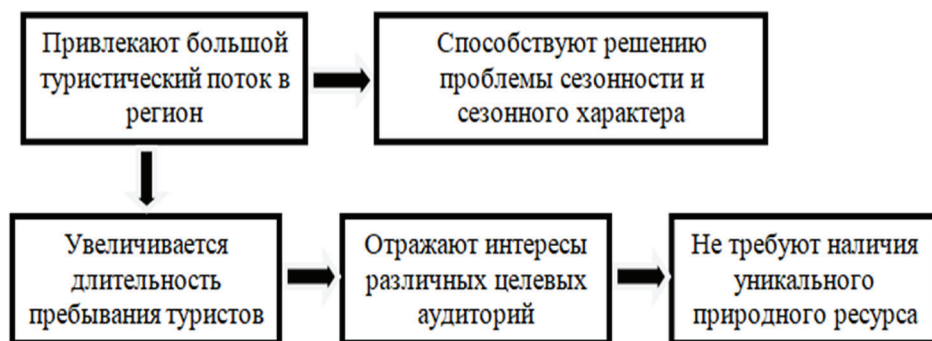


Рис. 4 / Fig. 4. Значение событийных мероприятий в развитии территории / Significance of events in the development of the territory

Источник: составлено автором по [1; 5; 13; 14]

ка. Но если туристский бренд работает на территории, то и событие работает на эту территорию весь год. Правильно организованное событие считается эффективным инструментом территориального маркетинга – инструментом привлечения внимания к террито-

рии, продвижения её интересов [7; 11; 12; 15].

Стратегическая цель, поставленная на уровне Правительства РФ, – способствовать развитию регионального событийного туризма. Так, в 2013 г. в рамках инициативы Минкультуры РФ учреждена премия «Russian open Event

Ехро», направленная на выявление самых лучших событийных проектов в регионах. Оргкомитет национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» ежегодно составляет рейтинг результативности регионов, принявших участие в конкурсе.

В 2022 г. на соискание XI Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» были заявлены 604 проекта из 62 регионов России. По итогам были выбраны проекты по 32 номинациям: начиная с «Лучшей идеи туристского события» и заканчивая «Лучшим региональным ТИЦ – организатором турсобытий»¹.

Ещё один масштабный проект, созданный по инициативе Министерства Культуры РФ, – «Национальный календарь событий в России»². Он реализуется в рамках федеральных программ по продвижению российского туристского продукта. Проект является якорным для систематизации и организации событийных мероприятий в регионах. В рамках Национального календаря ежегодно отбирается 50 лучших событий года, 5 из которых удостоиваются статуса «Национальное событие года».

Получить статус «Национальное событие» может только то мероприятие, которое отвечает следующим требованиям: проводится не менее 5 лет; количество посетителей – не менее 30 000; на событие организуются туры;

оно признано брендовым на уровне субъекта, в котором проводится. Мероприятие, объявленное национальным, получает активную информационную и PR-поддержку в течение всего года.

Необходимо отметить, что ежегодно Выставочным научно-исследовательским центром (ВНИЦ) R&C составляется рейтинг событийного потенциала регионов Российской Федерации³. Основной целью рейтинга является оценка ключевых показателей, влияющих на уровень потенциала региона в сфере событийного туризма. Оценивается потенциал российских регионов по 26 ключевым показателям, объединённых в 6 тематических блоков: событийная инфраструктура, продвижение региона как событийной дестинации, политика региона в области событийной индустрии, опыт проведения крупных международных мероприятий в регионе, туристский потенциал и событийный туризм в регионе. В 2022 г. были рассчитаны ещё 2 внерейтинговых показателя – креативный потенциал и состояние гостиничной инфраструктуры, характеризующие степень развитие смежных отраслей и оказывающие косвенное влияние на ивент индустрию регионов.

Авторы рейтинга отмечают, что эта оценка даёт возможность планировать событийные мероприятия, которые направлены на улучшение социально-экономической ситуации в регионах и позволяет развивать событийный туризм в стране. Рейтинг 2022 г. представлен на рисунке 5.

¹ Национальное конгресс-бюро: [сайт]. URL: <https://russiacb.com/press-center/news/obyavleny-laureaty-xi-natsionalnoy-premii-v-oblasti-sobytiynogo-turizma-russian-event-awards/> (дата обращения: 26.06.2023).

² Национальный календарь событий: [сайт]. URL: <https://eventsinrussia.com/blog/priem-zayavok-na-vklyuchenie-v-nacionalnyj-kalendar-sobytij-2023> (дата обращения: 26.06.2023).

³ Рейтинг событийного потенциала регионов России: [сайт]. URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_1063.html (дата обращения: 26.06.2023).

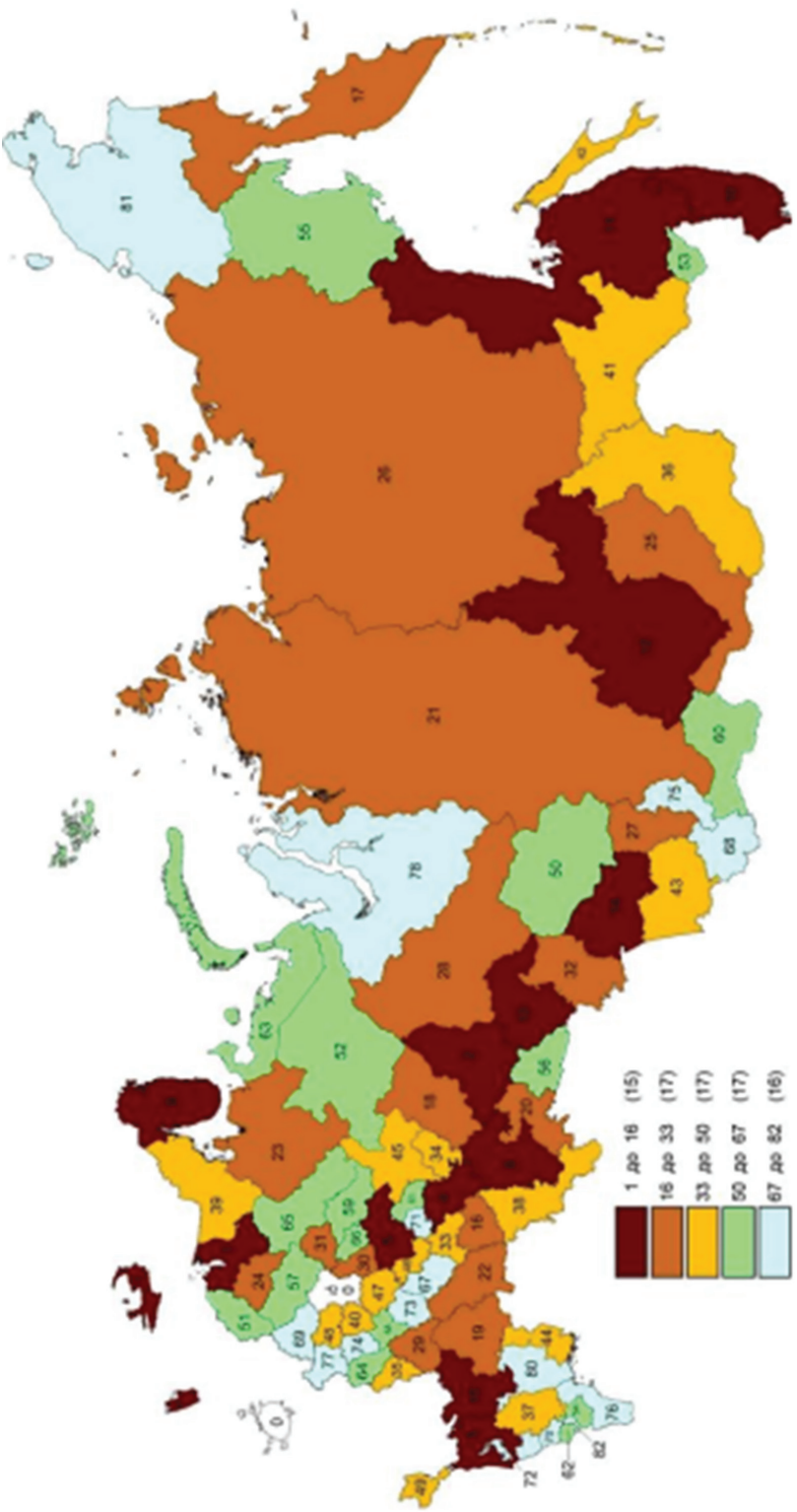


Рис. 5 / Fig. 5. Рейтинг событийного потенциала регионов Российской Федерации, 2022 г. / Rating of the event potential of the regions of the Russian Federation, 2022

Источник: Рейтинг событийного потенциала регионов России: [сайт].
URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty-tsifry-i-fakty_1063.html
(дата обращения: 10.10.2023)

Тройка лидеров Рейтинга событийного потенциала регионов 2022 г. фактически превратилась в четвёрку: Санкт-Петербург и Ленинградская область сохранили за собой первую позицию, Свердловская область и Республика Татарстан сравнялись по количеству баллов и разделили второе место, Краснодарский край поднялся на третье место рейтинга.

Следует отметить, что Свердловская область удержала свои позиции за счёт высоких показателей в блоке событийной инфраструктуры и активных действий региональных властей, которые эффективно поддерживают событийную отрасль. Успех Республики Татарстан обусловлен активными мерами по удержанию и привлечению событийных мероприятий, а также эффективным продвижением региона как популярной туристской дестинации на внутреннем и внешнем рынках.

Также в первую десятку рейтинга вошли: Калининградская область, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Приморский край, Мурманская область, Самарская область и Красноярский край.

А вот лидеры второго десятка рейтинга в 2022 г. полностью обновились, ими стали: Пермский край, Кемеровская область и Республика Крым (11–13 место). Замыкает топ-20 рейтинга Новгородская область.

Несмотря на то, что Смоленская область заняла лишь 69 место, необходимо отметить, что в регионе происходит активное развитие событийного туризма. Привлекательность г. Смоленска как областного центра и центра туристских событий определяется особой направленностью и тематикой проводимых мероприятий – событий,

связанных с историей и культурой России, а также ставшими традиционными уникальными проектами и фестивалями в области гастрономии, спорта, IT и бизнеса.

Анализ влияния событийного туризма на развитие Смоленского региона

Сегодня Смоленская область – одно из популярных направлений для туристов. По данным Ассоциации туроператоров (АТОР), Смоленский регион каждый год входит в топ-10 наиболее доступных направлений отдыха туристов в праздничные даты, но при этом, к сожалению, остаётся малозаметным для крупных туроператоров [16].

На территории региона расположены оживлённые участки федеральных автомобильных и железных дорог. Около 30 тыс. автомобилей ежедневно проезжает транзитом через Смоленскую область. На всех трассах, ведущих к области, для привлечения внимания автолюбителей к туристскому потенциалу региона установлены информационные баннеры, призывающих посетить Смоленщину.

Для туристов, предпочитающих совершать путешествия по железной дороге, между Москвой и Смоленском запущены поезда «Ласточка» (около 4,5 ч. в пути).

Единственным минусом транспортного сообщения со Смоленщиной является отсутствие аэропортов и внутреннего авиасообщения.

Основу турпотока в Смоленскую область составляют туристы, проживающие в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге. Также регион активно посещают граждане из Белоруси [16].

Динамика потока туристов на Смоленщину показывает стабильный рост. В 2020 г. дестинацию посетили 147 тыс. чел., в 2021 г. – 198 тыс. чел., а в 2022 г. в область прибыло уже более 250 тыс. туристов. Например, рост турпотока в последние 3 года подтверждает и статистика РЖД. Так, за прошлый год смоленское направление показало наибольшую заинтересованность у туристов – объём перевозок по смоленскому направлению вырос практически на 30%.

В Смоленском регионе развиваются культурно-познавательный, военно-исторический, религиозный, а также гастрономический, событийный, сельский и экологический виды туризма [16].

Событийные мероприятия, привлекающие большое количество туристов, усиливают интерес к Смоленской области. В число мероприятий, традиционно проводимых каждый год, входят Международный фестиваль исторической реконструкции «Гнёздово», Всероссийский кинофестиваль актёров-режиссёров «Золотой феникс», Всероссийский музыкальный фестиваль имени М. И. Глинки, «Праздник Вяземского пряника». Все эти мероприятия занесены в Национальный календарь событий [16].

Настоящими локальными брендами области являются такие события, как «День огурца» в г. Демидове, театрализованный праздник «Оживший хутор» в Починковском районе, Нахимовский праздник в Вяземском районе и др. Заслуживает внимания ежегодный опэн-эйр фестиваль IT и бизнеса «Tabtabus», проходящий с 2012 г. на территориях национального парка «Смоленское Поозёрье» и агроусадь-

бы «Екатеринки». Фестиваль является примером нестандартного погружения в мир современных технологий на фоне живописной природы региона.

Одним из новых событий в жизни Смоленска стало проведение гастрономического фестиваля. Так, в августе 2022 г. при содействии Street Food Russia в центре города на ул. Ленина состоялся первый Фестиваль уличной еды, участниками которого стали рестораторы, гастроэнтузиасты и производители ремесленных продуктов из Дагестана, Курской, Московской, Ленинградской, Владимирской, Калужской, Калининградской и Челябинской областей, а также из Беларуси. Они соревновались за премию «Russian Street Food Awards: Запад». Лучшие отправились на Всероссийский финал в г. Калининград.

На протяжении всего летнего сезона 2022 г. администрация г. Смоленска на пешеходных улицах Маяковского–Ленина каждую субботу, за исключением дождливых дней, проводила фестиваль «Арт-Маяковский». Тематика фестиваля каждые выходные менялась: спорт, образование, благотворительность, литература, музыка, театр. В 2023 г. фестиваль продолжит свою деятельность, наполнившись новыми идеями и представлениями.

В Смоленской области также проводятся и спортивные фестивали. В пгт Верхнеднепровский ежегодно проходит автоспортивное событие, объединяющее заезды российской серии кольцевых гонок с шоу программой для зрителей. Этот фестиваль-турнир с 2014 г. организует Российская автомобильная федерация в статусе чемпионата и кубка России при поддержке SMP Racing – программы поддержки и развития автоспорта в России.

На сегодняшний день смоляне и гости региона имеют возможность побывать на различных событиях даже в самых отдалённых районах области благодаря проекту «Фестобус», который успешно функционирует, предоставляя трансферы на различные районные мероприятия.

Перспективы развития событийного туризма в Смоленском регионе обусловлены множеством факторов:

- формирование в области группы единомышленников-предпринимателей, которые заинтересованы в развитии регионального событийного турпродукта;

- активизация деятельности Администрации г. Смоленска в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и победа проекта «Смоленская крепость: была, есть и будет» во Всероссийском кон-

курсе лучших проектов туристского кода центра города с предоставлением субсидии в размере свыше 191 млн руб.;

- государственная помощь малому и среднему бизнесу в сфере туризма и гостеприимства;

- организация крупных событийных мероприятий, которые входят в топ-50 по России.

Событийный туризм в Смоленской области имеет достаточное количество сильных сторон и возможностей, что даёт возможность в дальнейшем зарабатывать и продвигать новый турпродукт в сфере событийного туризма (табл. 2).

В числе мер, планируемых к реализации в рамках развития событийного туризма в Смоленской области, можно ещё добавить: обновление программ событийных туров с учётом заинтере-

Таблица 2 / Table 2

SWOT-анализ факторов развития событийного туризма в г. Смоленске и Смоленской области / SWOT analysis of the development factors of event tourism in Smolensk and Smolensk region

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	- оптимальные цены; - наличие разнообразных гостиниц и предприятий питания; - доступность туристских объектов; - достаточно идей для проведения новых форм событийных мероприятий	- событийные мероприятия проводятся в определённые даты; - отсутствие туристского бренда региона; - медленная окупаемость событийных мероприятий
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	- освоение новой ниши на рынке туруслуг; - развитие и модернизация туристской инфраструктуры; - наращивание составляющих событийных мероприятий с помощью дополнительных опций	- снижение уровня доходов населения; - появление аналогичных мероприятий в соседних областях; - снижение интереса к событийным мероприятиям

Источник: составлено авторами

сованности и потребностей туристов; усиление региональных мероприятий, входящих в Национальный календарь событий, а также популяризация и продвижение событийных мероприятий при помощи инновационных инструментов, нацеленных на привлечение туристов в регион.

Заключение

Подводя итоги, можно отметить, что событийный туризм может сыграть важную роль в решении социально-экономических задач российских территорий. При этом особую актуальность приобретает включение событийного туризма в программы долгосрочного развития регионов и городов, которые должны содержать механизмы субсидирования средств для создания и функционирования туристской инфраструктуры, разработку планов мероприятий по подготовке кадров для сферы туризма и гостеприимства, внедрение комплекса мер в области информационного поддержания событийных мероприятий и др.

Что касается Смоленской области, то событийный туризм может стать хорошим инструментом продвиже-

ния Смоленщины на национальном туристском рынке, который даёт возможность ознакомить потенциальных потребителей с новыми свойствами территории, позволяет сформировать положительный имидж региона, способствуя значительному повышению его узнаваемости в туристском пространстве страны, а также активизирует интерес инвесторов. Также популяризации Смоленской области будут способствовать информационные статьи в туристских журналах; съёмка и показ сюжетов на федеральных каналах; размещение баннеров в столице и крупных городах России, призывающих посетить значимые события Смоленщины; работа с блогерами; разработка туристского бренда, а также развитие различных проектов, например, гастрономической направленности по возрождению смоленской кухни, представляющей собой симбиоз русской, белорусской, украинской и польской кухонь, или культурно-познавательной направленности по популяризации уникальных смоленских сказок, в которых раскрываются менталитет региона, его традиции и обычаи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме. М., 2020. 214 с.
2. Агешкина Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности. М., 2021. 567 с.
3. Асланова Д. М., Кравчук М. А. Развитие событийного туризма на российском туристическом рынке // Актуальные проблемы современного образования. 2019. № 1. С. 256–260.
4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д., 2008. 252 с.
5. Боголюбов В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций. М., 2021. 256 с.
6. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование. М., 2023. 257 с.
7. Климова Т. Б., Вишневская Е. В. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий // Научный маркетинг. 2014. № 2. С. 80–84.
8. Лаицкая Н. Ф., Екимова З. З., Хахалина А. М. Тенденции развития событийного туризма в мире и Российской Федерации // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. 2022. Т. 8. № 3. С. 85–94.

9. Мирзеханова З. Г. Событийный туризм: содержание и мировой опыт // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. 2016. № 6. С. 74–82.
10. Никифорова А. А. Роль объектов культурного наследия в развитии событийного туризма // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2. С. 953–955.
11. Остроумов О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность. М., 2021. 128 с.
12. Рассохина Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций. М., 2021. 210 с.
13. Черткова А. А. Событийный туризм как движущий фактор социально-экономического развития регионов // Сила систем. 2018. № 2. С. 32–35.
14. Чинова Е. А. Событийный туризм как перспективное направление развития внутреннего туризма в России // Актуальные проблемы физической культуры, спорта, туризма и рекреации: мат-лы конф. / под ред. А. Н. Захаровой. Мурманск, 2018. С. 308–310.
15. Шубаева В. Г. Маркетинг в туристской индустрии. М., 2021. 120 с.
16. Щербакова С. А. Формирование имиджа Смоленской области на туристском рынке России // Региональные исследования. 2013. № 4. С. 109–113.

REFERENCES

1. Ababkov Yu. N. *Marketing v turizme* [Marketing in tourism]. Moscow, 2020. 214 p.
2. Ageshkina N. A. *Osnovy turagentskoy i turoperatorskoy deyatel'nosti* [Fundamentals of travel agency and tour operator activities]. Moscow, 2021. 567 p.
3. Aslanova D. M., Kravchuk M. A. [Development of event tourism in the Russian tourism market]. In: *Aktualnyye problemy sovremennogo obrazovaniya* [Current problems of modern education]. 2019, no. 1, pp. 256–260.
4. Babkin A. V. *Spetsialnyye vidy turizma* [Special types of tourism]. Rostov n/d., 2008. 252 p.
5. Bogolyubov V. S. *Turistsko-rekreatsiynoye proyektirovaniye. Otsenka investitsiy* [Tourist and recreational design. Investment evaluation]. Moscow, 2021. 256 p.
6. Dzhandzhugazova E. A. *Turistsko-rekreatsiynoye proyektirovaniye* [Tourist and recreational design]. Moscow, 2023. 257 p.
7. Klimova T. B., Vishnevskaya E. V. [Event marketing: a new vector of territory development]. In: *Nauchnyy marketing* [Scientific marketing], 2014, no. 2, pp. 80–84.
8. Lazitskaya N. F., Ekimova Z. Z., Khakhalina A. M. [Trends in the development of event tourism in the world and the Russian Federation]. In: *Uchonyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya* [Scientific notes of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky. Geography. Geology], 2022, vol. 8, no. 3, pp. 85–94.
9. Mirzekhanova Z. G. [Event tourism: content and world experience]. In: *Vestnik Khabarovskoy gosudarstvennoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Khabarovsk State Academy of Economics and Law], 2016, no. 6, pp. 74–82.
10. Nikiforova A. A. [The role of cultural heritage objects in the development of event tourism]. In: *Sovremennyye nauchnyye issledovaniya i innovatsii* [Modern scientific research and innovation], 2016, no. 2, pp. 953–955.
11. Ostroumov O. V. *Prodvizheniye rossiyskogo turprodukta: vozmozhnosti i realnost* [Tourism. Promotion of Russian tourism products: possibilities and reality]. Moscow, 2021. 128 p.
12. Rassokhina T. V. *Organizatsiya turistskoy industrii: upravleniye turisticheskimi destinatsiyami* [Organization of the tourism industry: management of tourist destinations]. Moscow, 2021. 210 p.

13. Chertkova A. A. [Event tourism as a driving factor in the socio-economic development of regions]. In: *Sila sistemy* [Power of systems], 2018, no. 2, pp. 32–35.
14. Chizhova E. A. [Event tourism as a promising direction for the development of domestic tourism in Russia]. In: Zakharova A. N., ed. *Aktualnyye problemy fizicheskoy kul'tury, sporta, turizma i otdykha* [Current problems of physical culture, sports, tourism and recreation]. Murmansk, 2018, pp. 308–310.
15. Shubaeva V. G. *Marketing v turistskoy industrii* [Marketing in the tourism industry]. Moscow, 2021. 120 p.
16. Shcherbakova S. A. [Formation of the image of the Smolensk region in the Russian tourist market]. In: *Regionalnyye issledovaniya* [Regional studies], 2013, no. 4, pp. 109–113.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Щербакова Светлана Александровна – кандидат географических наук, доцент кафедры географии естественно-географического факультета Смоленского государственного университета; доцент кафедры туризма, сервиса и гостиничного бизнеса Института развития города Севастопольского государственного университета;
e-mail: sollos@mail.ru

Евдокимов Михаил Юрьевич – кандидат географических наук, доцент кафедры социально-экономической и физической географии факультета естественных наук Государственного университета просвещения;
e-mail: 89107207477@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana A. Shcherbakova – PhD (Geography), Assoc. Prof., Department of Geography, Faculty of Natural Geography, Smolensk State University; Department of Service and Hotel Business, City Development Institute, Sevastopol State University;
e-mail: sollos@mail.ru

Mikhail Yu. Evdokimov – PhD (Geography), Assoc. Prof., Department of Socio-Economic and Physical Geography, Faculty of Natural Sciences, State University of Education;
e-mail: 89107207477@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Щербакова С. А., Евдокимов М. Ю. Событийный туризм как фактор повышения узнаваемости территории // Географическая среда и живые системы. 2023. № 4. С. 20–34.
DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-20-34

FOR CITATION

Shcherbakova S. A., Evdokimov M. Yu. Event tourism as a factor of increasing recognition of the territory. In: *Geographical Environment and Living Systems*, 2023, no. 4, pp. 20–34.
DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-20-34