

УДК 379.85 (072), ББК 75.81я 7© Т.А. Кравчук, М.В. Малыгина

**Т.А. Кравчук, М.В. Малыгина**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНЫХ ТУРОВ СПОРТИВНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

*Статья посвящена организации событийных туров спортивной направленности. Выявлено, что событийный туризм с каждым годом приобретает все большую популярность. Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран. Проведен анализ спортивно-событийных мероприятий за рубежом и в России, который показал, что горные фестивали за рубежом проводятся комплексно: по разным горным видам активности в сочетании с познавательными элементами. В России и странах СНГ – это в основном крупные спортивные соревнования по одному виду. Анализ событийных мероприятий на территории Омской области в 2018 году выявил, что 288 событий прошло на региональном уровне, 56 – на всероссийском и 27 – на международном. Для выявления особенностей организации туров спортивной направленности, в 2016 году нами было проведено анкетирование потенциальных потребителей спортивно-событийных туров (любители футбола и любители единоборств). Установлено, что существуют потребители, которые кроме посещения спортивно-событийных мероприятий, хотели бы посетить тренировки по любимому виду спорта, участвовать в мастер-классах, общаться с известными спортсменами.*

*Представлены этапы разработки событийного тура и их компоненты. По результатам исследования разработана структурно-функциональная модель процесса создания событийного тура спортивной направленности.*

*Структурно-функциональная модель процесса создания событийного тура, спортивной направленности, включает в себя 6 блоков: блок целеполагания, аналитический блок, конструктивный блок, реализация спортивно-событийного тура, критериально-оценочный блок, результативный блок.*

**Ключевые слова:** событийный туризм, спортивные соревнования, анкетирование, горный фестивали, любители единоборств, структурно-функциональная модель, моделирование.

С каждым годом огромную популярность приобретает такой вид туризма как событийный. Анализ спроса на туристском рынке позволяет утверждать, что на данный момент отмечается достаточно большой спрос к фестивальным, спортивным, событийным мероприятиям, в результате которых потребитель туристских услуг приобретает значительные позитивные эмоции из поездки, чем с простого пляжного отдыха, в том числе и с интересной экскурсионной программой [1, с. 168].

Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран. Блок событийного туризма включает в себя ряд мероприятий культурного, спортивного, этнографического, выставочного (делового) видов туризма [3, с. 65].

Вопросы событийного туризма достаточно широко освещены в работах отечественных (Е.А. Лакомов, А.А. Самойленко, А.Н. Романцов, И.А. Филатенко, А.В. Алексеева, А.Д. Чудновский, Г.П. Долженко) и зарубежных (А. Lanza, А. Steinecke, W. Alejziak и др.) ученых.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые изучены мнения потребителей

о событийных турах спортивной направленности и обоснована структурно-функциональная модель проектирования событийных туров спортивной направленности для разных категорий потребителей.

Теоретическая значимость исследования заключается в дополнении теории и методологии событийного туризма разработанной нами структурно-функциональной моделью, которая может быть использована с целью организации событийных туров спортивной направленности, учитывая мнения потенциальных потребителей. Основные положения статьи могут быть использованы для дальнейших исследований в области событийного туризма.

Практическая значимость исследования обусловлена тем, что разработанная нами структурно-функциональная модель проектирования событийных туров спортивной направленности может эффективно использоваться органами государственной власти и учреждениями, занимающимися организацией спортивно-событийных мероприятий; туристическими фирмами для создания конкурентоспособного предложения на туристском рынке.

Проблема исследования – несоответствие имеющихся технологий организации событийных туров спортивной направленности спросу со стороны разных групп населения.

Цель исследования – разработка структурно-функциональной модели организации событийных туров спортивной направленности для различных категорий потребителей.

Задачи исследования:

- Проанализировать направления событийного туризма спортивной направленности.
- Выявить мнение потенциальных потребителей по событийным турам спортивной направленности.
- Обосновать структурно-функциональную модель организации туров спортивной направленности.

В системе мирового туристского развития особое и значительное место на сегодняшний день отводится спортивно-событийному туризму. В мире сложилась целая инфраструктура развития спортивно-событийного туризма. Определенное развитие она получает и в Российской Федерации. Примерами могут быть: XXVII Всемирная летняя [Универсиада](#) в Казани (2013), Зимние Олимпийские игры в Сочи (2014), Чемпионат мира по футболу (2018), XXIX Зимняя Универсиада в городе Красноярске (2019). На сегодняшний день становятся все более популярным и массовым проведение горных фестивалей. Задача фестиваля – обеспечение туриста местом проживания, питанием и организацией определенных мероприятий. Для проведения молодежных мероприятий фестиваль предоставляет следующие средства:

1. Благоустроенный лагерь с развитой инфраструктурой.

2. Предоставление услуг гидов, инструкторов и аниматоров.

3. Проведение обучающих занятий и лекций по определенным программам, а так же развлекательных мероприятий.

4. Оснащение всем необходимым снаряжением для бивуака и восхождений.

5. Повсеместная электрификация и наличие связи.

Горный фестиваль может стать альтернативой формой проведения спортивных и обучающих лагерей для молодежи. Нахождение в высокогорной зоне положительно сказывается на состоянии здоровья подростков и молодежи: повышается активность, улучшается сердечно-сосудистая система, нормализуются дыхательные процессы. Физическая активность благотворно влияет на спортивные данные. Обучающие прогулки с посещением исторически значимых мест, необыкновенная природа повышает общую эрудицию молодежи.

Для определения особенностей проектирования событийных туров проведен анализ спортивно-событийных мероприятий за рубежом и в России. Нами были проанализированы и обобщены сведения, приведенные на сайтах: [www.risk.ru](http://www.risk.ru), [www.mountain.ru](http://www.mountain.ru), [www.thebmc.co.uk](http://www.thebmc.co.uk), [www.usclimbing.com](http://www.usclimbing.com) (таблица 1 и 2).

Таблица 1

Зарубежные горные фестивали

Название фестиваля	Место проведения	Особенности программ	Кол-во участников, чел.
ZION Women Climbing Festival 2013	Red Rock Mountain, штат Юта, США.	1) Женский фестиваль 2) Тестирование оборудования	100
BMC Trad Climbing Summit	Cslaanberis path, Вэйлс, Великобритания	1) Традиционное альпинистское лазание 2) Обмен опытом, открытые дискуссии	40
2013 Asian Ski & Mountaineering Festival in Xining	Xining, Китай	Совмещение фестивалей альпинизма и горных лыж	50
The 2013 fort William mountain festival	Fort William, Великобритания	Совмещение с кинофестивалем	70
Kendal Mountain Festival	Kendal, Великобритания	1) Объединение с экологическим форумом 2) Выступление звезд альпинизма и скалолазания	120
Keswick Mountain Festival	Keswick, Великобритания	Проведение фестиваля в палаточном лагере	60
Chamonix Mountain Festival	Шамони, Франция	1) Ярмарка оборудования 2) Лекции по горным видам спорта от ведущих спортсменов	100

Большинство международных фестивалей горных видов спорта проходит в Великобритании. Это обоснованно очень высоким уровнем развития горных видов спорта, и в частности альпинизма и скалолазания, а также удобным расположением на мировой карте и развитой инфраструктурой. Легкая доступность горных районов Великобритании позволяет проводить большое количество горных фестивалей.

С 1995 года в сентябре в городе Лондек Здруй проводят Горный фестиваль имени Анджея Завады. Контингент фестиваля насчитывает около 1000 людей ежегодно, среди которых много известных альпинистов.

Помимо вышеперечисленных, в Европе и Америке проходит еще достаточно много мероприятий, посвященных скалолазанию и ледолазанию на искусственном рельефе. Изучив

таблицу 1, можно увидеть особенности программ фестивалей. Совмещение разных видов активности делает эти фестивали привлекательными для любителей различных видов горного спорта. В России также проводится ряд традиционных мероприятий, посвященных горам (табл. 2).

Основой одной части горных фестивалей в СНГ является обсуждение прошедших восхождений и сборов, а так же рассказы о предстоящих восхождениях и экспедициях.

Другая часть представляет собой соревнования по скалолазанию, ледолазанию, спортивному туризму – вид дистанции на естественном рельефе. На большинстве мероприятий с проведением каких-либо активных дисциплин, присутствует один конкретный вид спорта, в отличие от зарубежных аналогов. Как следствие – потеря в массовости, так как присутствуют представители только одного или нескольких смежных видов спорта (активности).

Таблица 2

Горные фестивали стран СНГ

Название фестиваля	Место проведения	Особенности программ	Кол-во участников, чел.
Ежегодный Томский Горный Фестиваль	Томск	Показ слайдов, отчетов о поездках и презентация будущих экспедиций	30
Горный фестиваль «Ап 42»	Новокузнецк	Фильмы, отчеты	50
Традиционный альпинистский фестиваль «Полярные горы»	Республика Коми, ЯНАО	Спортивные восхождения	30
Альпинистский фестиваль «Ергаки»	Западные Саяны	Совмещение скалолазания и альпинизма	50
Скалолазный фестиваль «Осенняя Магнитка»	Магнитогорск	Соревнования по скалолазанию на естественном рельефе	100
Скалолазный фестиваль «On-sight marathon»	Свердловская область	Соревнования по скалолазанию на естественном рельефе	100
Московский международный фестиваль горных и приключенческих фильмов «Вертикаль»	Москва	Просмотр фильмов о горных походах, экспедициях и восхождениях	500
Гонка Elbruse Race	Кавказ	Скайраннинг, мультиспорт	10
Омский Фестиваль путешественников	Омск	Подведение итогов спортивного сезона и показ лучших видео- и слайдфильмов; встречи с участниками интересных путешествий	150

Крупным представителем горных фестивалей в СНГ является Казахстанский горный фестиваль «Вольный ветер». От других фестивалей он отличается разнообразием программы и частотой проведения. «Вольный ветер» включает в себя все виды горного спорта. Дополнительной особенностью этого фестиваля становятся различные районы проведения. Этот фестиваль проводится уже три года в ущелье Сайрам-Су (Казахстан), Боровое (Казахстан) и ущелье Мерке (Казахстан). В программу фестиваля входят традиционные восхождения, лекции и соревнования по альпинизму и скалолазанию.

Следовательно, спортивно-событийный туризм – вид туризма, при котором турист становится живым свидетелем величайших событий в мире спорта, культуры и искусства. Такие поездки остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни. Турист может увидеть то, что больше никогда не произойдет: спортивные соревнования, показы мод, концерты мировых звезд, фестивали, карнавалы, шоу и другое. Есть несколько вариантов такого путешествия.

Турист может поехать на конкретное событие и пробыть на нём всё время его прохождения, а по окончании вернуться домой. Или же турист может приурочить свой отпуск к какому-либо событию, и после окончания последнего продолжить отдых в данной стране. Каждый выбирает более удобный, выгодный и интересный вариант отдыха [4, с. 275].

Таким образом, анализ сайтов показал, что горные фестивали за рубежом проводятся комплексно: по разным горным видам активности в сочетании с познавательными элементами по теме (кинофестивали и т.п.), привлекая большое число не только любителей, но и просто туристов. В России и странах СНГ – это в основном крупные спортивные соревнования по одному виду, которые ограничивают число участников спортивного события.

Т.А. Кравчук, Д.А. Савенковой в 2016 г. был проведен анализ событийных мероприятий на территории Омской области [2, с. 48]. События, проходящие на территории Омской области, были разделены по организаторам и сферам событийного менеджмента (табл. 3).

Классификация событийных мероприятий Омской области по основным сферам событийного менеджмента

События	Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области	Министерство образования Омской области	Министерство культуры Омской области	Министерство экономики Омской области	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Омской области	Министерство природных ресурсов и экологии Омской области	Министерство промышленности, транспорта и инновационных технологий Омской области
События, связанные с организованным досугом	236	18	33	1	3	4	
Культурные события			1			1	
Персональные события							
Организационные события	8	2	5	14	6	5	7
Итого	244	20	39	15	9	10	7

В таблице 3 представлены события, связанные с организованным досугом (спортивные соревнования, концерты, карнавалы, фестивали цветов и т. п.); культурные события (политические церемонии, религиозные праздники, события в мире искусства, культурного наследия и фольклора); персональные события (свадьбы, дни рождения, юбилеи); организационные события (коммерческие и промышленные выставки, политические конференции, деловые форумы и т. п.).

Анализ событий показал, что 288 событий проходит на региональном уровне, 56 – на всероссийском уровне и 27 событий проходят на международном уровне. Систематизация событийных мероприятий региона показывает, что 90% событий на территории Омской области связаны с организованным досугом, а именно спортивные мероприятия, и 10% – это организационные события – выставки и форумы. На территории региона не достаточно культурных событий, фестивалей, карнавалов и т. д. Основным ответственным государственным органом, проводящим событийные мероприятия, является Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области (244 события).

Можно сделать вывод, что спортивно-событийные мероприятия составляют значительную долю событий, происходящих как в нашем регионе, так в целом по России и в мире.

Итак, нами были проанализированы спортивно-событийные мероприятия в горных видах спорта за рубежом и в странах СНГ. Выявлены их отличия и схожие черты. На примере одного региона, Омской области, рассмотрена структура событийных мероприятий и выделена их специфика.

Для выделения особенностей организации туров спортивной направленности, в 2016 году нами было проведено анкетирование потенциальных потребителей спортивно-событийных туров (любители футбола и любители единоборств).

Результаты анкетирования показали, что 33% опрошенных респондентов посещают всегда и все футбольные матчи регионального масштаба, 41% футбольных фанатов хотели бы посетить матчи масштабного футбольного турнира, но с участием любимой команды, и не зависимо от страны проведения турнира. По результату анкетирования определено, что фанаты в большей мере отдают приоритет таким масштабным футбольным турнирам, как Чемпионат Европы и Чемпионат мира, но и другие турниры являются тоже желаемыми для посещения. Обобщив все вышеперечисленные ответы анкетированных, мы пришли к выводу, что для потенциальных клиентов интересны событийные туры на футбольные матчи, и это говорит о том, что потребность клиентов в данном сегменте туристского рынка существует.

Результаты опроса любителей спортивных единоборств показали, что 54% респондентов хотели бы совместить посещение соревнований с тренировкой с иностранными инструкторами во время путешествия. Приемлемой продолжительностью тура для большинства (89 %) стал период от 7 до 10 дней.

Один из наиболее важных критериев при формировании тура – это его стоимость. Для 48% опрошенных оптимальной стоимостью для подобного тура стала сумма от 100000 до 130000 рублей. Наиболее приемлемым вариантом размещения в туре для 61% респондентов стал вариант спортивной базы.

Таким образом, нами было установлено, что существуют потребители, которые кроме посещения спортивно-событийных мероприятий, хотели бы посетить тренировки по любимому виду спорта, участвовать в мастер-классах, общаться с известными спортсменами.

Разработка программы событийного тура – это сложный процесс, состоящий из разработки множества компонентов. В таблице 4 представлено 4 этапа разработки событийного тура и содержание каждого из этапов.

Этапы разработки событийного тура и их компоненты

Название этапа	Содержание
Определение цели (какой цели должен достичь продукт)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение размера прибыли.</li> <li>- укрепление отношений с потребителем.</li> <li>- новые целевые группы.</li> <li>- продление сезона.</li> <li>- укрепление имиджа.</li> <li>- продление пребывания.</li> <li>- предотвращение незаполненности гостиниц.</li> <li>- увеличение количества прибывающих гостей.</li> </ul>
Определение рамочных условий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ продукции/конкурентов.</li> <li>- сопоставительный анализ.</li> <li>- региональный анализ/синергии (имеющаяся продукция, варианты для сотрудничества, уникальные свойства собственной продукции).</li> <li>- наблюдение за тенденциями (интересы и спрос потребителей, поведение).</li> </ul>
Определение услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- группирование предлагаемых услуг, разработка тем и линий продукции.</li> <li>- определение деталей продукции (наименование, период, цели, тип поездки и т.д.).</li> <li>- варианты заказа (адрес, контактное лицо, система бронирования).</li> <li>- расчет цены (твердая стоимость, переменная стоимость, например, маркетинг, комиссионные и т.д.) и представление (на одного человека, групповые скидки и т.д.).</li> </ul>
Установление цены	<ul style="list-style-type: none"> <li>- различные расчеты (не каждый продукт приносит прибыль).</li> <li>- комиссионные туроператора от цены для потребителя (10% комиссионных и 10% бронирования на весь срок путешествия означают около 1% для покрытия расходов).</li> </ul>

Первый этап моделирования туров начинается с социального заказа. Социальным заказом в данном случае является спортивно-событийный тур на известное спортивное событие.

На втором этапе выдвигается цель тура. В зависимости от целей потребителей, оператор может

специализироваться на продаже спортивно-событийных туров различной направленности. В таблице 5 приводятся примеры типов туров в зависимости от целей туристов.

Таблица 5

Типология спортивно-событийных туров в зависимости от целей туристов

Тип тура/срок	Цели туристов	Примеры
Отдых активный Туры от 7 до 14 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Занятие спортом.</li> <li>2. Приключения.</li> <li>3. Новые ощущения.</li> <li>4. Поиск единомышленников.</li> <li>5. Посещение соревнований или фестивалей.</li> </ol>	Горнолыжный weekend в Шерегеше с посещением фестиваля Грелка фест
Отдых пассивный Короткие туры от 2-3 дней до 7 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Посещение соревнований / фестивалей в качестве болельщика.</li> <li>2. Качественный интересный досуг.</li> </ol>	Туры на соревнования в рамках Олимпийских игр/ чемпионата мира по футболу и т.п.
Познавательные Короткие туры от 2-3 дней до 7 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знакомства с культурой, обычаями, традициями различных стран и регионов.</li> <li>2. Расширение кругозора, посещения музеев, театров, выставок.</li> <li>3. Участие в одном значимом событии.</li> </ol>	Тур на открытие Олимпийских игр
Обучение за рубежом Туры от 14 до 28 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Получение сертификата в дайвинге или плавании на яхте или серфинг.</li> <li>2. Просмотр регаты/ соревнований/ фестивали.</li> </ol>	Курсы кайтсерфинга во Вьетнаме, фестиваль
Тематические (присутствует тренировочный процесс) Туры от 14 до 28 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общение с единомышленниками.</li> <li>2. Расширение кругозора.</li> <li>3. Обмен опытом в тренировочном процессе.</li> <li>4. Встреча с известными людьми в этом виде спорта/активности.</li> </ol>	Туры для альпинистов, скалолазов, байкеров, футболистов, рыболовов, охотников и т.п.
Экологические туры Туры от 14 до 28 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Единение с природой.</li> <li>2. Знакомство с представителями флоры и фауны.</li> </ol>	Поход по территории Гранд каньона в США в период праздника
Экстрим-туры Туры от 14 до 28 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Риск для жизни или здоровья.</li> <li>2. Заряд адреналина.</li> <li>3. Участие в фестивале горочных видов спорта.</li> </ol>	Рафт-туры по рекам Сибири, Фестиваль горных видов спорта в Казахстане, Забег на Эльбрус
Клубный отдых, VIP туры Туры от 7 до 28 дней	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отдых «под заказ».</li> <li>2. Максимальный комфорт и качество обслуживания.</li> <li>3. Многоцелевые туры (отдых, спорт, экскурсии и т.д.).</li> </ol>	Тур в клуб на Балеарских островах

Проведенный выше анализ, позволил нам разработать структурно-функциональную модель процесса создания событийного тура спортивной направленности (рис. 1).

Структурно-функциональная модель процесса создания событийного тура спортивной направленности, включает в себя шесть блоков: блок целеположения, аналитический блок, конструктивный блок, реализация спортивно-событийного тура, критериально-оценочный блок, результативный блок.

Блок целеположения включает в себя определенную цель, то есть для чего создается той или иной тур в зависимости от потребностей потребителя. Основной целью для всех типов туристов в нашем случае будет являться участие в спортивно-событийном туре на известное спортивное событие. Однако в зависимости от целей и потребностей туристов цели могут быть разными, и соответственно мы разделили спортивно-событийные туры на три типа:

1. Событийный тур пассивный и/или познавательный.
2. Событийный тур активный и/или тематический.
3. Событийный тур пассивный.

В первом типе туров событие уже определено, обычно продвигается разными структурами, имеет хорошую рекламу и преподносится потребителю от 6 до 12 месяцев с напоминающей рекламой. В этом случае потребитель не имеет приверженности какому-либо определенному виду спорта, он обычно посещает открытия разноплановых комплексных спортивных мероприятий – Олимпиада, Универсиада, Спартакиада, Чемпионат мира по разным видам и прочее. Приверженности к какой-либо стране так же нет, где проходит событие, туда и направляется турист. Помимо участия в конкретном спортивном событии, туристы могут посмотреть и какие-либо достопримечательности страны пребывания, обычно это обзорные экскурсии.

Второй тип туров связан с несколькими подтипами потребителей: бывшие спортсмены, спортсмены-любители, спортсмены-новички, волонтеры.

Бывшие спортсмены обычно продолжают следить за событиями в своем виде спорта, посещая спортивные мероприятия в качестве болельщика, но если им предоставляется возможность, то продолжают выступать по категории «ветераны». Они участвуют в учебно-тренировочных сборах и выступают на соревнованиях своего уровня. Чаще всего это один вид спорта. Личные интересы преобладают над групповыми.

Спортсмены-любители – самая активная категория потребителей. Им есть к чему стремиться, часто выезжают на учебно-тренировочные сборы, предпочитают мастер-классы и лекции от известных спортсменов и тренеров. Выбирают туры 10-14 дней. Обычно – это один определенный вид спорта или рекреации, но могут увлекаться и схожими видами

спорта (сноубординг, вейкбординг и кайтинг; горные лыжи, ски-тур; альпинизм, туризм; смешанные единоборства др.)

Спортсмены-новички – это еще не определившиеся потребители, которые могут отправляться в разные туры, выбирать разные виды спорта. Для них важна имиджевая реклама, общественное мнение, преобладают групповые интересы.

Волонтеры – многочисленная за рубежом и начинающая развиваться в России категория потребителей спортивно-событийных туров. Они не придают значения качеству обслуживания, имеют минимальные потребности в комфорте, отправляются в различные событийные туры, выбирают разные виды спорта.

Третий тип тура связан с категорией потребителей – болельщики. Они увлечены обычно одним видом спорта (футбол, хоккей и пр.), одной командой («Спартак», «Авангард» и т.д.), сопровождают на всех соревнованиях, знают очень много об истории, успехах и поражениях кумиров. Часто собираются в клубы, команды поддержки, могут быть агрессивны к другим туристам из других команд. Не всегда нуждаются в просмотре спортивного события непосредственно в месте проведения. Им бывает достаточно находиться в стране или городе и смотреть соревнования в кафе. Идеальная поездка для поклонников и болельщиков заключается в выполнении следующих требований: низкая стоимость; максимальная эффективность использования времени; возможность приобрести спортивный опыт; максимум информации, общения, спортивных развлечений.

В каждом подтипе можно выделить категории по уровню доходов: VIP клиенты, массовый потребитель, социально не обеспеченные потребители (студенты, пенсионеры, школьники). В зависимости от этой составляющей и подбираются средств размещения, питания и трансфера.

Аналитический блок подразумевает, что в зависимости от подтипа потребителя и типа спортивно-событийного тура, необходимо провести маркетинговые исследования для конкретизации требований потребителя. Чаще всего, спортивно-событийные туры не бывают массовыми, а проектируются под индивидуального потребителя.

Конструктивный блок состоит из разделов: позиционирования, технологии, конкретизации, содержания, рекламной компании.

Реализация спортивно-событийного тура. После того, как детально рассмотрены и составлены все необходимые документы, можно приступать к непосредственному проведению тура.

Критериально-оценочный блок включает в себя критерии, по которым можно оценить разработанный тур с позиции фирмы организатора и потребителя.

Результативный блок – это результат проведенного тура, он исходит из цели, которую ставили перед собой заказчики тура.

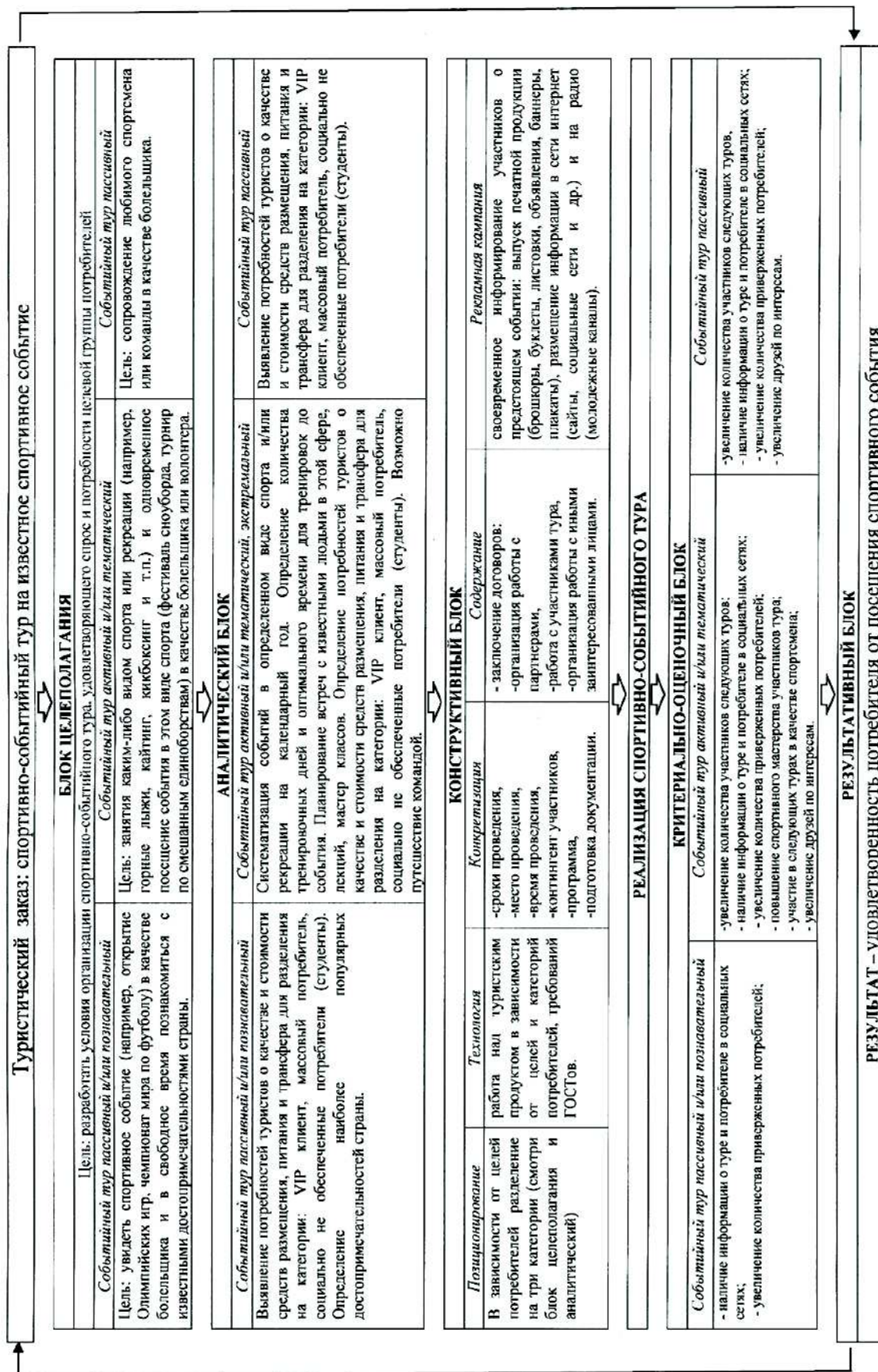


Рис. 1. Структурно-функциональная модель процесса создания событийного тура спортивной направленности

По разработанной нами модели событийных туров спортивной направленности были спроектированы и успешно реализованы следующие туры: на Чемпионат мира по спортивному ориентированию (Великобритания, 2016), на Европейские игры (г. Баку, 2012), событийный тур спортивной направленности в США (2016), событийный тур «Мои тропические каникулы» в Таиланд (2017), событийный тур на Первенство России по спортивному туризму (г. Новосибирск, 2017), событийный тур на Чемпионат мира по гиревому спорту в Южную Корею (2018), на Чемпионат мира по футболу (г. Москва, 2018).

Эффективность разработанной модели событийных туров спортивной направленности была проверена с помощью оценки мнения потребителей, побывавших в турах. Разработанные нами туры удовлетворяли потребности туристов на 89%, соответствовали их ожиданиям по качеству предоставляемых услуг (87%), предлагаемой программе (92%). Оценка проекта разработанных туров была произведена с помощью экспертной оценки менеджерами и руководителями туристских фирм города Омска. Эффективность разработанной модели, по мнению экспертов, была 4 балла из 5, что подтверждено актами внедрения.

В ходе исследования выявлено, что событийный туризм спортивной направленности динамично развивается как в России, так и за рубежом. Спортивно-событийный туризм формирует приверженных потребителей как на крупных мировых событиях, таких как Олимпийские игры, Чемпионаты мира, так и на событиях регионального масштаба. Рассмотрение направлений событийного туризма

спортивной направленности показало, что события связанные с организованным досугом спортивной направленности, составляют 70% от всего событийного туризма. Кроме традиционных спортивных событий, связанных с открытием или закрытием крупных мировых турниров, набирают популярность фестивали по горным и экстремальным видам спорта. Проведенный в 2016 году анализ мнений потенциальных потребителей событийных туров спортивной направленности (любителей футбола и смешанных единоборств), показал, что 70% являются приверженными потребителями этих туров. Целью поездки является поддержка любимой команды и/или спортсмена (65%) и общение с единомышленниками. Для 91% важно, что бы тур был пакетный и организован туристской фирмой. Туристы согласны наряду с основным событием посетить какие-либо исторические экскурсии, тематически, а также необходима анимационная программа.

Обоснована структурно-функциональная модель процесса создания событийного тура, спортивной направленности, включающая в себя 6 блоков: блок целеполагания, аналитический блок, конструктивный блок, реализация спортивно-событийного тура, критериально-оценочный блок, результативный блок.

Событийные туры спортивной направленности становятся все более популярными в нашей стране и привлекают много туристов, принося тем самым прибыль региону.

Таким образом, разработанная нами модель организации событийных туров спортивной направленности поможет более четко и оперативно организовывать подобные туры для любых значимых событий, связанных со спортом в нашей стране.

### Библиографический список

1. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент [Текст] / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство, 2011. – № 6 Выпуск 2 (186). – С. 167–172.
2. Кравчук, Т.А. Структурно-функциональная модель процесса организации событийных мероприятий в регионе [Текст] / Т.А. Кравчук, Д.А. Савенкова // International Research Journal. Международный научно-исследовательский журнал, 2016. – № 11 (53). – С. 47–51.
3. Лакомов, Е.А. Классификация видов событийного туризма [Текст] / Е.А. Лакомов // Вестник Университета, 2013. – № 2. – С. 64–69.
4. Малыгина, М.В. Состояние и перспективы развития событийного туризма спортивной направленности в России [Текст] / М.В. Малыгина, Е.В. Пережигина // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. (22–23 дек. 2016, Омск, Россия) / под общ. ред. канд. пед. наук, доцента Е. В. Кулагиной. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2016. – С. 274–276.

### References

1. Alekseeva, O.V. *Sobitiinii turizm i ivent-menedjment* [Event tourism and event management] / O.V. Alekseeva // Russian Entrepreneurship, 2011, No. 6 Issue 2 (186), pp. 167-172.
2. Kravchuk, T.A., Savenkova, D.A. *Strukturno-funkcionalnaya model processa organizacii sobitiinih meropriyatii v regione* [Structurally functional model of the process of organizing events in the region] / T.A. Kravchuk, D.A. Savenkova // International Research Journal. International Scientific and Research Journal, 2016, No. 11 (53), pp. 47-51.
3. Lakomov, E.A. *Klassifikaciya vidov sobitiinogo turizma* [Classification of types of event tourism] / E.A. Lakomov // Bulletin of the University, 2013, № 2, pp. 64-69.



4. Malygina, M.V., Perezhigina E.V. *Sostoyanie i perspektivi razvitiya sobitiinogo turizma sportivnoi napravlenosti v Rossii* [State and perspectives of the development of event-driven tourism in Russia in sports] / M.V. Malygina, E.V. Perezhigina // Current state and potential of tourism development in Russia: materials XIII Intern. scientific-practical. Conf. (December 22-23, 2016, Omsk, Russia) / under the total. Ed. Cand. ped. Sciences, Associate Professor EV Kulagina. – Omsk: Izd-vo OmGTU, 2016, pp. 274-276.

---

#### ORGANIZATION OF THE EVENT TOURS OF SPORTS DIRECTION

**Tatyana A. Kravchuk,**

Professor Siberian State University of Physical Culture and Sports, Omsk

**Marina V. Malygina,**

Associate Professor Siberian State University of Physical Culture and Sports, Omsk

**Abstract.** The article is devoted to the organization of event-related sports-oriented tours. It is revealed that event tourism becomes more and more popular every year. Under the event tourism is understood tourist activity associated with a variety of significant public events, as well as rare natural phenomena, attracting their uniqueness, exoticism, uniqueness, the large masses of compatriots and tourists from foreign countries. The analysis of sports events in Russia and abroad was conducted, which showed that mountain festivals abroad are conducted in a complex way: for various mountain activities in combination with cognitive elements. In Russia and CIS countries - this is basically a major sporting event in one kind. The analysis of events in the Omsk region in 2018 revealed that 288 events took place at the regional level, 56 at the All-Russian and 27 at the international level. To identify the features of the organization of sports-oriented tours, in 2016 we conducted a survey of potential consumers of sports and event tours (football fans and amateurs of martial arts). It is established that there are consumers who, in addition to attending sports events, would like to attend training on their favorite sport, participate in master classes, and communicate with famous sportsmen.

The stages of development of the event tour and their components are presented. Based on the results of the research, a structural-functional model of the process of creating an event-oriented sporting event was developed.

Structurally functional model of the process of creating an event tour, sports orientation, includes 6 blocks: a goal-setting block, an analytical block, a constructive block, the implementation of a sports-event tour, a criterion-evaluation block, an effective block.

**Keywords:** event tourism, sports competitions, questioning, mountain festivals, amateurs of single combats, structural and function.

---

#### Сведения об авторе:

**Кравчук Татьяна Анатольевна** – кандидат педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой теории и методики туризма и рекреации Сибирского государственного университета физической культуры и спорта (г. Омск, Российская Федерация), e-mail: [kravchukt@mail.ru](mailto:kravchukt@mail.ru);

**Малыгина Марина Викторовна** – кандидат философских наук, доцент кафедры теории и методики туризма и рекреации Сибирского государственного университета физической культуры и спорта (г. Омск, Российская Федерация), e-mail: [marija-72@mail.ru](mailto:marija-72@mail.ru).

Статья поступила в редакцию 03.09.2018 г.