

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**МОЛОДЕЖНЫЕ СОБЫТИЙНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ТУРИСТСКОМ  
РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ  
ОБЛАСТИ)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 361 группы

направления 43.04.02 - «Туризм», профиль «Инновационный туризм»

Института истории и международных отношений

Королевой Анастасии Александровны

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

О.В. Королева

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

Т.В. Черевичко

Саратов 2023

**Введение.** Устойчивое развитие и мир не могут быть достигнуты, если мы не вовлечем молодежь в развитие территорий и не создадим условия, позволяющие им полностью раскрыть свой потенциал. Во всем мире индикатором способности социума к быстрому развитию служит отношение общества к молодежи. Молодежь – носители критических взглядов и настроений, новых идей и энергии, особенно необходимых в период преобразований в обществе. Они обладают значительным интеллектуальным потенциалом, расширенными способностями к творчеству, благодаря повышенной чувственности, чуткому восприятию и образности мышления. Являясь, по своей природе, противниками консерватизма, молодежь способствует ускорению внедрения в практику новых идей, инициатив, инноваций.

Как одна из важнейших социальных групп, молодежь не только включена в структуру общественных отношений, но и преобразует их, реализуя свой инновационный потенциал.

*Актуальность темы.* На сегодняшний день событийный туризм представляет собой наиболее привлекательную область в сфере туризма на территориях, которые привязаны к сезонности. Молодежь, обладая инновационным потенциалом, критичностью взглядов, высокой мобильностью имеет отличительные особенности в характере потребления туристских услуг. Благодаря молодежному событийному туризму можно не только развивать туризм на территории региона вне сезонности, но и привлечь большее количество креативной и инициативной молодежи с помощью новых и интересных событий. Поэтому выявление особенностей, предпочтений молодежи в событийном туризме является одной из наиболее актуальных проблем индустрии туризма в России.

Для изучения данной проблемы были использованы различные источники: научно-исследовательская и специализированная деловая литература, путеводители и туристические сайты, новостные источники, а также нормативно-правовые акты.

Теоретико-эмпирической основой магистерской работы являются научные работы российских и зарубежных ученых и практиков, посвященные вопросам организации и развития молодежного и событийного туризма, региональной экономики, ивент-менеджмента, ивент-маркетинга, стратегического планирования, организации молодежного событийного туризма.

Теоретические исследования и дискуссии в области молодежного туризма освещены в трудах Д.А. Сидорова<sup>1</sup>, Б.Р. Асадова<sup>2</sup>, Т.Н. Третьяковой<sup>3</sup>, А.В. Каменца<sup>4</sup>, Г.В. Палаткиной<sup>5</sup>.

Исследования в области событийного туризма представлены в работах Я.С. Нарута, Т.А. Гариной<sup>6</sup>, Е.Г. Леонидовой<sup>7</sup>.

В работе М.Б. Биржакова<sup>8</sup> «Введение в туризм» изложены основы теории туризма, приведено толкование основных терминов и понятий в аспектах международных конвенций и рекомендаций ВТО, национальных норм и законодательных актов, принципов и обычаев, рассмотрены вопросы практики туризма.

---

<sup>1</sup> Сидорова, Д.А. Современные тенденции и проблемы развития молодежного туризма в России / Д.А. Сидорова // Юг России: Экология и развитие. – 2017. – №4 – С. 98-106.

<sup>2</sup> Асадов, Б.Р. О Влиянии молодежного туризма на формирование имиджа территории как инструмента «мягкой силы» в контексте современных международных отношений / Б.Р. Асадов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. – 2017. – №2 – С. 137-148.

<sup>3</sup> Третьякова, Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / Т.Н. Третьякова. – М.: Издательский центр «Академия». – 2008. – 272 с.

<sup>4</sup> Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм как общественная проблема / А.В. Каменец // Современные проблемы науки и образования. -2015. № 2-2. С. 857.

<sup>5</sup> Палаткина Г.В. Молодежный туризм : учебное пособие / Г.В. Палаткина / Астраханский государственный университет. – Астрахань : Из-дат. дом «Астраханский университет», 2012. -205 с.

<sup>6</sup> Нарута Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация / Я.С. Нарута, Т.А. Гарина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. –2016. –№ 11-6. – С. 1158-1162

<sup>7</sup> Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка / Е.Г. Леонидова // Universum: экономика и юриспруденция. -2015. № 7 (18). С. 3.

<sup>8</sup> Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – М. – СПб. : ГЕРДА: Невский Фонд, 2014. - 544 с.

В работах О.В. Алексеевой<sup>9</sup>, А.А. Клейман<sup>10</sup> представлены исследования, где описываются основные понятия и тренды развития событийного туризма и ивент-менеджмента.

Изучение теории и практики ивент-менеджмента, ивент-маркетинга, а также вопросов проектирования молодежного события основано на работах Л.Г. Кирьяновой<sup>11</sup>, Ф. Котлера<sup>12</sup>, А.П. Панкрухина<sup>13</sup>, А. Дайан, Р. Ланкар, Ф. Букерель<sup>14</sup>, И.В. Гончарова<sup>15</sup>, О.В. Алексеевой<sup>16</sup>, Е.В. Степанычева<sup>17</sup>, С. Лемера<sup>18</sup>, С.С. Козьякова, С.С. Шабанова<sup>19</sup>, Ю. О. Макаревич<sup>20</sup>, Д. Румянцев<sup>21</sup>, Н. Франкель.

---

<sup>9</sup> Алексеева, О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О. В. Алексеева // Российское предпринимательство. –2011. – № 6. – С. 167–172.

<sup>10</sup> Клейман, А.А. Современные тренды развития событийного туризма и ивент-менеджмента / А.А.Клейман // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2016. – № 2 (82). – С. 112-121.

<sup>11</sup> Кирьянова, Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л.Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета. -2010. Т.316, №6. -С. 35-40.

<sup>12</sup> Котлер, Ф. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер. - Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики, 2005. - 376 с.

<sup>13</sup> Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебное пособие для студентов / А.П. Панкрухин. – 4.е изд., – М. : Омега.Л, 2006. – 656 с.

<sup>14</sup> Дайан, А., Букерель, Ф., Ланкар, Р. и др. Академия рынка: маркетинг. Туристический маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; научный редактор А. Г. Худокормов. - М.: Экономика, 1993. - 572 с.

<sup>15</sup> Гончарова, И.В. Маркетинг туризма : учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.

<sup>16</sup> Алексеева, О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О. В. Алексеева // Российское предпринимательство. -2011. № 6. -С. 167–172.

<sup>17</sup> Степанычева, Е. В. Технологии событийного маркетинга в формировании бренда города / Е. В. Степанычева // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления». -2014. – С. 160–165.

<sup>18</sup> Лемер, С. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! / С. Лемер. // - Ростов н/Д.: Феникс, 2006. - 288 с.

<sup>19</sup> Козьякова, С.С., Шабанова, С.С. Особенности организации событийных мероприятий в целях привлечения туристов / С.С. Козьякова, Ю.Н. Шабанова // ВЕСТНИК: научный журнал. -2021. № 7(49). –С. 127-130.

<sup>20</sup> Макаревич, Ю.О. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе: учебное пособие / Ю.О. Макаревич. – М. : Издательство «Русайнс», 2017. – 122 с.

<sup>21</sup> Румянцев, Д., Франкель, Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев, Н. Франкель. –М: «Питер», 2017. – 387 с.

Зарубежные исследования представлены в работах: Д. Гетца<sup>22</sup> в области событийного туризма; Г. Ричардса, Л. Маркеса, К. Мейна<sup>23</sup> и С. Брауна<sup>24</sup> в области проектирования мероприятий; Ф. Заротиса<sup>25</sup> в области ивент-менеджмента и маркетинга в туризме.

Нормативно-правовую базу составили: ФЗ «Об основах туристской деятельности»<sup>26</sup>, Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года<sup>27</sup>, концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»<sup>28</sup> и другие политико-правовые документы.

*Научная новизна* работы заключается в попытке объединить и сформулировать основные форматные характеристики молодежного и событийного туризма и исследовать как молодежные событийные мероприятия влияют на развитие регионального туризма.

*Цель* – выявить результативность и перспективность молодежных событийных мероприятий в развитии регионального туризма в России.

*Задачами, решаемыми в ходе исследования, были:*

---

<sup>22</sup> Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research/ D. Getz // Tourism Management. -2008. № 29. –P. 403-428.

<sup>23</sup> Richards, G., Marques, L. and Mein, K. Introduction: designing events, events as a design strategy / G. Richards, L. Marques and K. Mein // Event Design: Social perspectives and practices. -2014. -P. 1-13.

<sup>24</sup> Brown, S. Event Design: An Australian Perspective / S. Brown // Paper presented at the 2nd International Event Management Body of Knowledge Global Alignment Summit in Johannesburg. -2005. –P. 1-7.

<sup>25</sup>George F. Zarotis (2021) Event Management and Marketing in Tourism/ George F. Zarotis // Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences. №3. -P. 75-81.

<sup>26</sup> Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ.РУ: информационно-правовой портал. – URL: <https://base.garant.ru/136248/> (дата обращения: 20.03.2022). – Загл. с экрана. - Яз. рус.

<sup>27</sup> Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 07.02.2022) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ: информационно-правовой портал. – URL: <https://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-20092019-n-2129-r/strategiia-razvitiia-turizma-v-gossiiskoi/> (дата обращения: 20.03.2023). – Загл. с экрана. - Яз. рус.

<sup>28</sup> Распоряжение Правительства России от 05.05.2018 г. №872-р «Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)"» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ.РУ: информационно-правовой портал. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71842336/> (дата обращения: 25.03.2023). – Загл. с экрана. - Яз. рус.

1. изучить теоретическую и практическую базу молодежного событийного туризма;
2. исследовать и проанализировать организационные основы молодежного событийного туризма;
3. изучить особенности проектирования молодежных событийных мероприятий;
4. изучить способы продвижения молодежных событийных мероприятий через призму менеджмента и маркетинга;
5. провести анализ туристского потенциала Саратовской области для развития событийного туризма молодежной направленности;
6. проектирование молодежного событийного мероприятия в Саратовской области, отвечающего интересам молодежи;
7. рассмотреть основные циклы работ при проектировании молодежного событийного мероприятия;
8. изучить и описать заинтересованные стороны в проекте фестиваля «Улица»;
9. провести маркетинговое исследование через анкетирование респондентов с целью выявить и классифицировать предпочтения в особенностях участия в мероприятии уличной танцевальной культуры;
10. выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы проведения проектируемого фестиваля;
11. разработать план подготовки и реализации танцевального фестиваля «Улица»;
12. рассчитать примерные затраты на реализацию проекта исходя из ожидаемых расходов;
13. создать программу молодежного танцевального фестиваля «Улица»;
14. описать мультипликативность, устойчивость и дальнейшие пути реализации танцевального фестиваля.

С целью решения поставленных задач использовались эмпирические методы (моделирование и опрос), а также такие методы исследования как: анализ научной, нормативно-правовой и методической литературы, обобщение и систематизация научных исследований и передового российского и зарубежного опыта в области молодежного и событийного туризма, ивент-менеджмента и ивент-маркетинга, общенаучные методы анализа и синтеза, качественного и количественного анализа, а также аналитика статистических данных и проведение социального исследования.

*Практическая значимость работы* заключается в возможности проектирования и реализации молодежного танцевального событийного мероприятия «Улица» как инструмента популяризации Саратовской области на рынке молодежного туризма, которое привлекло бы целевую аудиторию и способствовало развитию туристического потенциала региона и инфраструктуры, а также привлечению инвесторов.

Структура выполненной работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

**Основное содержание работы.** В первой главе «Теоретические и практические аспекты развития молодежного событийного туризма» рассматривались теоретические и практические аспекты молодежного событийного туризма, проанализирована научная литература по теории молодежного и событийного туризма, уточняется смысл понятий молодежный туризм и событийный туризм, выведено универсальное определение молодежного событийного туризма. Изучены региональные практики развития, рассмотрены современное состояние и стратегии развития молодежного событийного туризма, а также выявлены основные проблемы в развитии этого направления туристской деятельности в России. В процессе изучения региональных практик, анализировались основные стратегии развития туризма до 2035 года и рынок событийного туризма в России, которые показали проблемы, которые непосредственно касаются развития молодежного событийного туризма. К сожалению, большая часть

молодежного и событийного туризма в России осуществляется в рамках самостоятельных туров, не позволяющих полностью развиваться туристской инфраструктуре на притягивающих молодежь местах. Поэтому первоочередной задачей при развитии молодежного событийного туристского движения в России должно стать определение целевых функций и разработка перспективных направлений, позволяющих раскрыть возможности специализированных туристских продуктов, ориентированных на молодежную аудиторию. Определяя развитие отрасли туризма в нашей стране, следует отметить невысокий уровень вовлеченности в молодёжный и событийный отдых. По итогу, исследования в первой главе показали, что молодежный событийный туризм имеет большой потенциал для привлечения молодых людей и создания новых рабочих мест.

*Во второй главе «Организационные основы молодежного событийного туризма», проанализирована молодежь как целевая аудитория на российском туристском рынке, рассмотрены особенности проектирования событийных мероприятий для молодежи. Изучена роль менеджмента и маркетинга в молодежном событийном туризме, что позволило определить ключевые факторы успешной организации и проведения мероприятий. Также рассмотрены основные циклы работ при проектировании молодежного событийного мероприятия, этапы освещения мероприятия в средствах массовой информации, основы маркетингового подхода к управлению дестинацией и специфика путешествий среди молодежи. Молодежный туристический рынок имеет особенности, среди которых наиболее важными являются сложность и неоднородность, как с точки зрения мотиваций молодежи, отражающихся в занятиях различными видами туризма, так и с точки зрения содержательного предложения. Организация молодежного событийного мероприятия в туризме носит комплексный характер и состоит (как минимум) из одиннадцати циклов работ, которые представляют последовательное применение способов и методов по формированию значимого молодежного туристического события с целью эффективного*

использования туристских возможностей региона, оптимизируя туристский поток в разное время года. Молодежное событийное мероприятие позволяет укрепить бренд туристской территории, но важно отметить, что привлекательность мероприятия должна быть подкреплена туристской привлекательностью, тогда инструменты маркетинга и менеджмента молодежного событийного туризма послужат катализаторами процесса популяризации туристской дестинации.

*Третья глава* «Проектирование событийного мероприятия как инструмента популяризации Саратовской области на рынке молодежного туризма» является проектной частью магистерской работы. В проектной части рассмотрен событийный туризм Саратовской области, роль молодежных мероприятий на рынке событийного туризма в Саратовской области. Традиционным молодежным мероприятием для Саратовской области является спортивно-туристский лагерь «Туриада». Целью проведения мероприятия – формирование у молодежи регионов округа ценностей здорового образа жизни и патриотизма посредством вовлечения в занятия спортивным и познавательным туризмом. В 2022 году ярко дебютировал музыкальный фестиваль «ИМЕНА», хедлайнером которого выступил известный среди молодежи музыкант – Антоха МС.

После анализа рынка была спроектирована концепция молодежного событийного фестиваля уличной танцевальной культуры «Улица». Проектирование молодежного танцевального события как инструмента популяризации Саратовской области на рынке молодежного туризма позволило создать концепцию уникального мероприятия, которое привлекло бы целевую аудиторию и способствовало развитию туристического потенциала региона. Танцевальный фестиваль «Улица» объединит в себе: создание молодежной платформы, которая станет яркой точкой на событийной карте России, поможет молодежи раскрыть свой потенциал и реализовать свои творческие идеи, инициативы и проекты в рамках фестиваля, формирование позитивного имиджа Саратовской области и популяризации

внутреннего туризма. Необходимо отметить, что успешная организация и проведение молодежных событийных мероприятий требует сотрудничества различных заинтересованных сторон, таких как государственные органы, туристические компании, местные сообщества и молодежные организации. Только взаимодействие всех участников может обеспечить эффективное развитие молодежного событийного туризма.

В рамках проектирования фестиваля было проведено маркетинговое исследование, в процессе которого была разработана анкета и осуществлен опрос в сети интернет, который помог выявить и классифицировать предпочтения респондентов в отдыхе. В опросе приняло участие 128 респондентов. На базе этого опроса были сформированы план, программа, время проведения фестиваля. Несмотря на то что молодежное мероприятие предлагает множество возможностей, оно также может быть сопряжено со многими рисками. Для оценки рисков и возможностей был проведен SWOT-анализ. После маркетингового исследования в работе описывается план подготовки и реализации танцевального фестиваля и рассчитываются примерные затраты на реализацию проекта исходя из расходов. Завершает проектную часть программа фестиваля.

Молодежный танцевальный фестиваль «Улица» имеет ряд конкурентных преимуществ и глубокие социальные эффекты, которые делают его уникальным и значимым для молодежи и общества в целом.

1. Развитие молодежной культуры. «Улица» способствует развитию молодежной культуры, предоставляя молодым людям возможность выразить себя через танец. Фестиваль стимулирует творческую активность, разнообразие и самовыражение, что делает его привлекательным для молодежи.

2. Социальная интеграция. Фестиваль дает возможность объединить молодежь различных социокультурных групп, способствуя их интеграции и взаимопониманию через общий интерес к танцам.

3. Поддержка талантливой молодежи. «Улица» дает площадку для молодых танцоров, чтобы продемонстрировать свой талант, получить обратную связь от профессионалов, а также получать знания на мастер-классах и лекциях, сразу отработать на практике в баттлах и обменяться опытом с другими танцорами.

4. Продвижение здорового образа жизни. Участие в мероприятии способствует активному образу жизни и физической активности среди молодежи, чему посвящена значительная часть фестиваля.

5. Экономические выгоды для региона. Фестиваль привлекает участников и зрителей, что способствует туристическому потоку и внесению значительного экономического вклада в регион.

В целом, «Улица» не только предоставляет возможность для реализации творческого потенциала, но и создает значительные социальные эффекты, оказывая позитивное влияние на молодежь, общество и регион, где проводится фестиваль.

**Заключение.** В молодежных событиях в Саратовской области ярко выражена потребность в привлечении туристов, стимулировании местной экономики, создании позитивного имиджа региона, его продвижении и укреплении культурного и социального капитала. Подводя итог проделанной работы стоит выделить, что молодежный событийный туризм – наиболее типичный пример современного событийного путешествия в его проявлении, поскольку при его реализации достигается многогранный эффект (поскольку одновременно рассматриваются развлекательные и культурные мероприятия, осуществление физического и эмоционального расслабления, коммуникация и выстраивание взаимоотношений, в том числе с новыми людьми, культурно-познавательные путешествия, развитие новых географических, социальных и культурных пространств и т.д.), что создает условия для формирования индивидуального опыта. Событийный туризм для молодежи в России набирает обороты, а в Саратовской области развивается достаточно уверенно, при этом не только привлекая в регион туристов и формируя положительный

имидж, но и открывая новые возможности для разностороннего развития личности молодежи. В области постоянно растет количество местных, региональных и масштабных мероприятий, фестивалей и конкурсов в области искусства и культуры. Однако существует ряд проблем, решение которых могло бы ускорить темпы развития молодежного событийного туризма.

Во-первых, проблема в нехватке качественных площадок для проведения масштабных фестивалей и мероприятий. До сих пор в Саратовской области не создано ни одной стационарной площадки, которая была бы максимально подготовлена для проведения фестивалей и универсальна.

Во-вторых, проблема недостаточно масштабного освещения мероприятий в СМИ и интернете. В сети Интернет в данный момент информация о проводимых в Саратовской области мероприятиях представлена хаотично. Нет единого портала со своевременной и достоверной информацией о мероприятиях, анонсирующего мероприятия любого масштаба.

Важно заметить, что организация мероприятий на российском или международном уровнях может положительно повлиять на экономическую ситуацию региона в краткосрочной и среднесрочной перспективе, но при этом существует риск неоправданно высоких затрат, если планирование, подготовка и проведение не будут должным образом продуманы. Вся организация таких мероприятий должна учитывать мировой опыт, как положительный (в качестве примера), так и отрицательный.

В заключении, можно сказать, что грамотно спланированные молодежные событийные мероприятия имеют большой потенциал для развития туризма в Саратовской области и в целом в регионах России. Они способны привлечь молодых людей, создать новые рабочие места и способствовать популяризации региона на рынке молодежного туризма. Однако, для достижения успеха необходимо обеспечить сотрудничество всех заинтересованных сторон и эффективное управление организацией и проведением мероприятий.