

КУМОВА Дарья Михайловна

*Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, РФ)
преподаватель; e-mail: kumova@sfedu.ru*

КУМОВ Антон Михайлович

*Южный федеральный университет (Таганрог, РФ)
ассистент; e-mail: kumov@sfedu.ru*

РАЗВИТИЕ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГ)

Спорт и туризм в последние годы имеют точки соприкосновения несмотря на то, что их взаимосвязь косвенна. Так, например, спортивно-событийный туризм в Ростовской области не является распространенным видом туризма. Событийный туризм напротив широко распространен в регионе. Проводится большое количество массовых мероприятий, направленных на продвижения туристического бренда Дона, возрождение культурно-исторических событий. Экспозиции, выставки, реконструкции привлекают гостей региона. Но при этом турист не является активным участником мероприятия. На слабое развитие спортивного туризма влияет ряд факторов – таких, как отсутствие инфраструктуры спортивных сооружений, малое количество проводимых мероприятий. Однако, несмотря на обозначенные проблемы, данный вид развивается на территории г. Таганрога. В статье основное внимание уделено развитию спортивно-событийному туризму в Ростовской области. Рассмотрены основные понятия спортивно-событийного туризма; факторы, влияющие на присутствие спортивно-событийного туризма в регионе. Представлен беговой проект, успешно реализуемый на протяжении пяти лет на территории г. Таганрог.

Ключевые слова: туризм, спортивно-развлекательное мероприятие, спорт, беговое событие



Для цитирования: Кумова Д.М., Кумов А.М. Развитие спортивно-событийного туризма в Ростовской области (на примере г. Таганрог) // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т.16. №4. С. 136–144. DOI: 10.5281/zenodo.7089569.

Дата поступления в редакцию: 3 июля 2022 г.

Дата утверждения в печать: 16 сентября 2022 г.

UDC 338.48 EDN: GFGILG
DOI: 10.5281/zenodo.7089569

Daria M. KUMOVA

*Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)
Teacher; e-mail: kumova@sfedu.ru*

Anton M. KUMOV

*Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)
Assistant; e-mail: kumov@sfedu.ru*

THE SPORTS AND EVENT TOURISM DEVELOPMENT IN ROSTOV REGION: THE CASE OF TAGANROG

Abstract. *Sports and tourism in recent years have points of contact, even though the relationship is indirect. For example, sports and event tourism in Rostov region is not a common type of tourism. Event tourism, on the contrary, is widespread in the region. Many mass events are held aimed at promoting the tourist brand of Don, the revival of cultural and historical events. Expositions, exhibitions, reconstructions attract guests of the region. But at the same time, the tourist is not an active participant in the event. The weak development of sports tourism is influenced by several factors, such as the lack of infrastructure of sports facilities, a small number of events held. However, despite all the problems presented, this species is developing on the territory of Taganrog. The article focuses on the development of sports and event tourism in Rostov region. The article considers the basic concepts of sports and event tourism, and factors influencing the presence of sports and event tourism in the region. A running project successfully implemented for five years on the territory of Taganrog is presented.*

Keywords: *tourism, sports and entertainment event, sport, running event*



Citation: Kumova, D. A., & Kumov, A. M. (2022). The sports and event tourism development in Rostov region: The case of Taganrog. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 16(4), 136–144. doi: 10.5281/zenodo.7089569. (In Russ.).

Article History

Received 3 July 2022

Accepted 16 September 2022

Disclosure statement

No potential conflict of interest
was reported by the author(s).

© 2022 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Введение. Спортивно-событийный туризм вносит большой вклад в развитие инфраструктуры кластеров, регионов и даже стран. Одним из ярких примеров является проведение на территории стран Олимпийских игр, чемпионатов по футболу и больших масштабных мероприятий. Согласно литературным источникам [8-10], проведение мероприятий направлено на ребрендинг территории, возрождение культурного наследия. Однако, для проведения любого события требуются экономические, людские, ресурсы.

Заинтересованность сторон в данном случае выступает ключевым элементом в реализации проекта. Вовлечение в реализацию проекта коммерческих и некоммерческих предприятий, муниципальных и государственных организаций является гарантом успешного проведения проекта.

Так же в работах [4 - 6, 8, 10] учеными отмечено, что масштабные мероприятия несут и экономический урон предприятию, городу, либо региону, так как на реализацию требуются наибольшее вовлечение финансов, специалистов, соответствие средствам размещения, кафе, ресторанам единым стандартам соответствия. Однако, прямо противоположный эффект наблюдается при реализации региональных, муниципальных спортивно-событийных проектов. Такой тип не требует больших финансовых вложений, не зависит от политической ситуации в мире. Проект создается с учетом имеющейся инфраструктуры города, с привлечением местного муниципалитета и частных предприятий на партнерской основе.

При организации мероприятий такого типа задействуются в основном волонтеры. В социальном аспекте это имеет большое значение, так как вовлеченность каждого повышает моральный дух молодежного сообщества.

Проведение массовых мероприятий на регулярной основе влияет на развитие устойчивого туризма на рассматриваемой территории. Каждый турист, принимающий участие в

мероприятии, получает незабываемые впечатления, новые знакомства и помимо посещения события возникает возможность посетить другие туристические места города.

Важность развития спортивно-событийного туризма заключается в следующем:

- 1) Если опыт участия положителен, то турист как правило рекомендует мероприятие друзьям, коллегам;
- 2) Составляет план посещения достопримечательностей города;
- 3) Обратная связь. Отзывы, как положительные, так и отрицательные, помогают пересмотреть организатором концепцию мероприятия, внести изменения.

Согласно данным официальной статистики¹, была проведена оценка туристического потока (рис. 1). Были взяты показатели по всем регионам, ЮФО, Краснодарскому краю и Ростовской области. Туристический поток в Ростовской области за период январь-июнь 2022 года меньше в 11 раз, чем в Краснодарском крае.

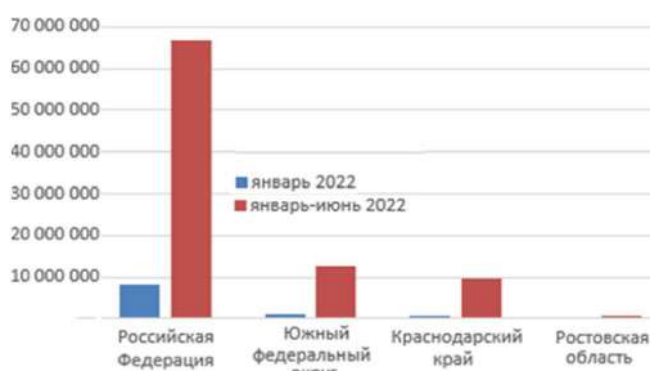


Рис.1 – Туристический поток в Ростовской области в сравнении с РФ, Южным ФО, Краснодарским краем

Малое количество туристов в регионе в первую очередь связано с небольшим выбором активностей во время отдыха, климатическими особенностями и ценообразованием.

В России на региональном уровне интеграция спорта и туризма практически отсутствует. Это связано в первую очередь с тем, что

¹ Федеральная служба государственной статистики. Розничная торговля, туризм. URL: rosstat.gov.ru.

в обществе сложилось мнение, что спорт и туризм совершенно две разных области, в которых нет взаимодействия между. Однако это не так. Результаты исследований взаимодействий в области «спорт-туризм» представлены в работах профессора Гибсон. Согласно классификации по Гибсон, спортивный туризм включает в себя три категории: активный, событийный, посещение спортивных локаций (музеев, стадионов и дворцов спорта) [6, 7,9].

Активный спортивный туризм представлен в основном спортивными мероприятиями (беговые марафоны, чемпионаты по футболу, хоккею, зимние виды спорта и т.д.), где турист выступает активным участником события. Событийный спортивный туризм направлен на пассивное состояние туриста. Туристические поездки в этом случае направлены на посещение матчей или определенных игр, как мирового масштаба, так и регионального. Напротив, последняя категория ориентирована на посещение спортивных объектов, связанных со спортивными событиями или достижениями. Это в первую очередь посещение стадионов, арен, выставочных мест, музеев.



Рис. 2 – Схематическое представление элементов спортивно-событийного туризма

Инструментом повышения спроса на туристические услуги в регионе, по мнению авторов, является также проведение серии спортивных мероприятий. Фактически это вносит новые элементы в туристический бренд города. Проведение спортивных мероприятий с

целью привлечения большего количества участников и зрителей ориентировано и на привлечение денежных средств в экономику региона, развитие городской инфраструктуры [1-3].

Если рассматривать данную классификацию применительно к видам спорта на примере беговых мероприятий для профессионалов и любителей в крупных городах России, то получим достаточно большое количество мероприятий, проводимых на муниципальном и региональном уровнях (табл. 1)

Таблица 1 – Спортивно-событийные мероприятия России

Тип мероприятий	Примеры мероприятий
Активный	ЗабегРФ, Сочи-Марафон, Ночной забег, серия беговых событий «IT-Run», серия курортных забегов KAVKAZ.RUN, Фестиваль Спортмастер PRO Trail (трейловый забег), FEST ULTRA100 (трейловый забег), Мосты Владивостока, Ольхон Трейл, Night Trail»
Событийный	Чемпионат по хоккею, Зимние Олимпийские игры, футбольные матчи, чемпионаты по зимним видам спорта.
Посещение спортивных музеев	Государственный музей спорта, Музей спорта Республики Татарстан, Музей хоккея, музей Олимпийской славы Новосибирской области, Музей спортивной славы ЦСКА, Музей профессионального клуба ЦСКА

Раньше спортивно-событийный туризм был характерен только для крупных и административных городов, однако в последние годы тенденция меняется и данный вид туризма становится актуальным и в малых городах. Популяризация здорового образа жизни, спорта способствует проведению массовых спортивно-событийных мероприятий.

Считается, что активными участниками событийного спортивного туризма являются обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а активный событийный туризм чаще привлекает семейные пары, молодежь со средним доходом. Такие туристы менее

требовательны к условиям проживания.

В Волгоградской области проводится трейловый забег мирового масштаба «FEST ULTRA100». Уникальность проекта связана с местом проведения и длиной дистанции. Участником предоставляется возможность увидеть озеро Эльтон и пробежать дистанции от 5 км до 115 км по береговой соляной линии. Фестиваль по уровню безопасности и комфортности может быть отнесен к экстремальному событию. Но при этом с 2014 года интерес у любителей бега к этому месту не падает. А количество участников возрастает.

Международный Владивостокский марафон «Мосты Владивостока» является уникальным проектом, он объединил профессионалов и любителей спорта из тринадцати стран мира. Участнику предоставляется возможность преодолеть трассу «остров Русский – мосты Русский и Золотой – Центральная площадь города». При этом событие является культурно-развлекательным для жителей и гостей города.

Интеграция спортивных мероприятий с экотуризмом представлена на территории озера Байкал. Для туристов разработан уникальный беговой проект «Ольхон Трейл» по живописным местам, находящимся рядом с озером.

Еще одним вариантом спортивного отдыха на побережье Черного моря является мероприятие «СочиМарафон». Туристу предоставляется возможность пробежаться по улицам с обзором на основные достопримечательности г.Сочи.

Если рассматривать время проведения спортивно-событийных мероприятий, то в большинстве случаев это весна и начало осени. Зимних беговых событий для любителей спорта с активным участием достаточно мало. Одним из таких мероприятий является ночной забег по Екатеринбургу «Night Trail».

Развитие событийно-спортивного туризма в г. Таганрог. Практика проведения

событий в историческом ключе активно применяется в г. Таганрог. Такие сезонные мероприятия выступают в качестве инструмента для привлечения туристских масс, активного участия и наблюдения за реконструкциями и для повышения привлекательности территории.

Туризм в г. Таганроге развит недостаточно хорошо, несмотря на выгодное расположение на берегу Азовского моря и наличия большого фонда памятников культурно-исторического наследия. В городе большое количество промышленных объектов, но, помимо этого, город ассоциируется с отраслью информационных технологий. Так на базе Инженерно-технологической академии Южного федерального университета подготавливаются большое количество специалистов для ИТ-сферы. Проекты, создаваемые таганрогскими ИТ-компаниями, реализуются не только на территории РФ, но и во многих странах мира. Согласно данным аналитического центра «Эксперт Юг»², Таганрог занимает 6-е место в мире по количеству проектов в ИТ-отрасли, а по количеству рабочих мест в индустрии цифровых технологий опережает Лондон.

В настоящее время спортивно-событийный туризм набирает популярность среди молодежи и лиц среднего возраста в России. Сфера туризма Ростовской области здесь не стала исключением. Так, на базе Южного федерального университета разработан и реализуется проект серии беговых событий «IT-Run». Партнерами проекта выступили Институт компьютерных технологий и информационной безопасности, Фонд целевого капитала ЮФУ, Федеральное агентство по делам молодежи. Спонсоры проекта: туристическая компания, спортивно-тренажерный зал, кафе-кондитерская и др. Данный проект изначально был представлен для сотрудников ИТ-компаний, но в последующем стал популярен среди студентов, людей, занятых в других отраслях. Стоит отметить, что это мероприятие стало знаковым для города и проводится с 2018 г. на

² <https://taganrog.expertsouth.ru/>

постоянной основе, во время ковидных ограничений мероприятие проводилось в онлайн-формате.

Существует мнение, что бег не популярен

среди людей, однако это не так. За все время реализации проекта в нем приняло участие около 1000 чел. из 19 городов России (рис. 3). Средний возраст участника – 24-27 лет.



Рис. 3 – География участников проекта серии беговых событий «IT-Run»



Рис. 4- Карта трассы забега



Рис. 5 – Фотографии локаций мероприятия, медаль для каждого участника

Стоит отметить, что локации проекта уникальны (рис. 4). Впервые в России проводился забег по действующему аэродрому, для участников и зрителей была предоставлена возможность подняться на борт самолета ИЛ-76 и посетить выставку экспозиций авиационной техники. Исторический центр города и центральный парк в ночное время суток – последующие локации проведения мероприятия.

В раздаточных листовках были отмечены достопримечательности Таганрога. У каждого участника была возможность познакомиться с архитектурным наследием города.

Успешная реализация проекта по мнению авторов заключается в следующем:

1) Стоимость участия в забеге составляет незначительную символическую цену (350-400 руб.). Когда на более масштабных беговых событиях ценовая политика от 900 руб.

2) Протяженность дистанций (5,5 и 10 км) рассчитаны на участников с разной физической подготовкой, ориентированы на спортсмена-любителя.

3) Уникальная медаль для каждого

участника, пробежавшего дистанцию. На рис.2 изображены три медали (забег по исторической части города, по взлетной полосе действующего аэродрома, по центральному парку в ночное время суток). Дизайнеры проработали концепцию – каждая медаль является элементом паззла: при участии в трёх беговых событиях, участник имеет возможность сложить свой паззл.

4) Для каждого участника были изготовлены майки с символикой забега.

5) Чипы электронного хронометража.

6) Для ночного забега каждому участнику выдавался налобный фонарик и фольгированное одеяло.

7) Беспроигрышная лотерея. Главным призом стал розыгрыш путевки на двоих в отель Сочи от туристического агентства «Форсаж». Помимо этого, участвовали в розыгрыше сертификаты на абонементы в тренажерный зал, сертификаты на покупку продукции в сети кафе-кондитерская «Три орешка», сертификаты в цветочные магазины и т.д.

Одним из важных факторов привлечения

людей из городов региона и других областей является уникальность места проведения каждого забега. Так же раздаточная продукция, бесплатное участие в розыгрыше призов повышает интерес у людей, не принимавших до этого участия.

Помимо социокультурной составляющей проект направлен на развитие университета, повышения интереса среди горожан, абитуриентов к информационным технологиям. Проведение проекта повышает бренд университета, доказывает сообществу, что спортивные мероприятия не только для профессионалов, но и для широких масс людей с целью популяризации здорового образа жизни.

Закключение. Туризм и спортивные мероприятия имеют тесную связь. Спортивно-событийный туризм является уникальным по содержанию для каждого туриста. Так как основной целью туриста является получение нового опыта, ярких эмоций во время туристического путешествия, то участие в массовых масштабных мероприятиях дает предоставляет такие возможности. Помимо этого, у туриста возникает возможность осмотреть достопримечательности, находящиеся вблизи с местом проведения события. Любое событие несет в себе не только спортивную составляющую, а также социокультурную. Это повышает интерес, благодаря этому развивается инфраструктура, развиваются туристические бренды не только крупных территорий, но и давно забытых малых населенных пунктов. Это вносит «новую составляющую» в жизнь регионов.

Упор на развитие событийного туризма в

регионе привлеч увеличение туристического потока, но как известно данный вид туризма популярен среди лиц среднего и старшего возраста. Несмотря на трудности, возникающими в связи с эпидемиологической ситуацией в регионе, политической ситуацией, развитие спортивно-событийного туристического направления в регионе имеет колоссальное значение. Для привлечения внимания молодежи следует развивать проекты, направленные на массовые мероприятия так как это прямой путь к повышению уровня привлекательности Ростовской области и г. Таганрога среди туристов.

Общественная жизнь города должна быть наполнена мероприятиями различного характера и масштаба, вызывать интерес у разных возрастных групп, вносить новые эмоции и впечатления.

Проект «Серия беговых событий «IT-RUN» стал уникальным событием для горожан и отдыхающих. Концепция проекта позволила сделать его масштабным и интересным не только для специалистов ИТ-области, но и для специалистов других специализаций. Получение новых эмоций, знакомство с интересными людьми являются одним из немаловажных факторов для принятия участия.

Коллаборация администрации г. Таганрога с вузом, партнерами-спонсорами, дает положительный синергетический эффект в развитии туризма, популяризации спорта среди молодежи. Открывает новые возможности для привлечения средств на развитие города.

Список источников

1. Житлов А.М. Объекты управления спортивно-событийным туризмом // Молодой ученый. 2014. №7(66). С. 340-344.
2. Печерица Е.В. Теоретические аспекты развития спортивно-событийного туризма // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2019. №3. С. 118-122.
3. Печерица Е.В. Развитие спортивно-событийного туризма в РФ (на примере Южного федерального округа (ЮФО)) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9-3. С. 119-123.
4. Bazzanella F., Peters M., Schnitzer M. The perceptions of stakeholders in small-scale sporting events // Journal of Convention & Event Tourism. 2019. Vol. 20. Pp. 261-286.

5. Csoban K., Serra G. The role of small-scale sports events in developing sustainable sport tourism – a case study of fencing // *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*. 2014. Vol.8. №4. Pp. 17-22.
6. Gibson H.J. Sport Tourism: A Critical Analysis of Research // *Sport Management Review*. 1998. Vol.1. Pp. 45-76.
7. Kaplanidou K., Gibson H. Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event // *Journal of Sport & Tourism*. 2010. Vol. 15. Pp. 163-179.
8. McCabe S., Chunxiao L., Chen Z. Time for a radical reappraisal of tourist decision-making? Toward a new conceptual model // *Journal of Travel Research*. 2016. Vol. 55. Pp. 3-15.
9. Mirehie M., Gibson H.J., Buning R.J., Coble C., Flaherty M. Towards an understanding of family travel decision-making processes in the context of youth sport tourism // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2021. Vol. 21. Pp. 1-9.
10. Papanikos G.T. The Economic Effects of a Marathon as a Sport Tourism Event // *Athens Journal of Sports*. 2015. Vol. 2. Iss. 4. Pp. 225-240.

References

1. Zhitlov, A. M. (2014). Obekty upravleniia sportivno-sobytiinym turizmom [Objects of management of sports and event tourism]. *Molodoi uchenyi [Young scientist]*, 7(66), 340-344. (In Russ.).
2. Pecheritsa, E. V. (2019). Teoreticheskie aspekty razvitiia sportivno-sobytiinogo turizma [Theoretical aspects of the development of sports and event tourism]. *Fizicheskaiia kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naia rekreatsiia [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation]*, 3, 118-122. (In Russ.).
3. Pecheritsa, E. V. (2014). Razvitie sportivno-sobytiinogo turizma v RF (na primere Yuzhnogo federal'nogo okruga (YuFO)) [Development of sports and event tourism in the Russian Federation (on the example of the Southern Federal District (SFD))]. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy [International Journal of Applied and Basic Research]*, 9-3, 119-123. (In Russ.).
4. Bazzanella, F., Peters, M., & Schnitzer, M. (2019). The perceptions of stakeholders in small-scale sporting events. *Journal of Convention & Event Tourism*, 20, 261-286.
5. Csoban, K., & Serra, G. (2014). The role of small-scale sports events in developing sustainable sport tourism – a case study of fencing. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 8(4), 17-22.
6. Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.
7. Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15, 163-179.
8. McCabe, S., Chunxiao, L., & Chen, Z. (2016). Time for a radical reappraisal of tourist decision-making? Toward a new conceptual model. *Journal of Travel Research*, 55, 3-15.
9. Mirehie, M., Gibson, H. J., Buning, R. J., Coble, C., & Flaherty, M. (2021). Towards an understanding of family travel decision-making processes in the context of youth sport tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 1-9.
10. Papanikos, G. T. (2015). The Economic Effects of a Marathon as a Sport Tourism Event. *Athens Journal of Sports*, 2(4), 225-240.