

УДК 338.48:004(470.41)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Перминов Руслан Андреевич,

Российский университет кооперации, Казанский кооперативный институт

г. Казань, ул. Николая Ершова, 58

аспирант

E-mail: rus.perminov2001@mail.ru

Аннотация

Статья носит обзорный характер и посвящена развитию услуг событийного туризма Республики Татарстан в условиях роста внутреннего спроса и конкуренции между регионами. На основе научных публикаций, документов Российской Федерации и Республики Татарстан, официальных туристских ресурсов и примеров крупных событий Казани сопоставлены афишный и сервисный подходы к организации событийной поездки. Показано, что туристская ценность события определяется не только программой, но и доступностью транспорта, билета, проживания, питания, навигации и последующей коммуникации с гостем. Установлено, что направлениями совершенствования услуг событийного туризма выступают единая карточка поездки, пакет выходного дня, сегментные сценарии, партнерская сеть и цифровое сопровождение.

Ключевые слова: событийный туризм, Республика Татарстан, туристские услуги, Казань, внутренний туризм, цифровой сервис, туристский продукт, сервисное сопровождение.

IMPROVEMENT OF EVENT TOURISM SERVICES IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN UNDER CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

Ruslan A. Perminov,Russian University of Cooperation, Kazan Cooperative Institute, 58 Nikolay Ershov St., Kazan,
Russian Federation

Postgraduate student

E-mail: rus.perminov2001@mail.ru

ABSTRACT

The article is of an overview nature and is devoted to the development of event tourism services in the Republic of Tatarstan in the context of growing domestic demand and competition between regions. Based on scientific publications, documents from the Russian Federation and the Republic of Tatarstan, official tourist resources, and examples of major events in Kazan, the poster and service approaches to organizing an event trip are compared. It is shown that the tourist value

of an event is determined not only by the program, but also by the availability of transport, tickets, accommodation, meals, navigation and subsequent communication with the guest. It has been established that the areas of improvement of event tourism services are a single trip card, a weekend package, segment scenarios, a partner network and digital support.

Keywords: event tourism, Republic of Tatarstan, tourism services, Kazan, domestic tourism, digital service, tourism product, service support.

Событийный туризм в современной региональной экономике все меньше похож на простую публикацию календаря мероприятий. В классической работе Д. Гетца событие рассматривается как планируемый объект туристского интереса, который способен создавать поток посетителей и поддерживать спрос на услуги дестинации [1]. Д. Гетц и С. Пейдж показывают, что эффект события зависит от управления территорией, качества сервиса и согласованности участников рынка [2]. Г. Ричардс и Р. Палмер связывают городские события с культурным управлением, обновлением городской среды и формированием узнаваемости места [3]. Эти подходы важны для Республики Татарстан, где события связаны не только с досугом жителей, но и с короткими поездками туристов из других регионов.

В российской литературе событийный туризм также рассматривается как направление, которое усиливает конкуренцию между территориями [4]. При этом цифровые сервисы меняют поведение туриста, так как ему требуется не только описание события, но и возможность быстро понять стоимость поездки, купить билет, выбрать экскурсию, увидеть маршрут и получить понятные контакты поддержки [5]. Результаты опросов ВЦИОМ по событийному туризму подтверждают, что поездки под конкретный повод являются заметной частью внутреннего отдыха, а спортивные, культурные и экскурсионные форматы имеют разные аудитории [6].

На федеральном уровне развитие внутреннего туризма и конкурентоспособного туристского продукта закреплены в Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года [7]. На региональном уровне Государственная программа Республики Татарстан «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан» связывает развитие отрасли с инфраструктурой, продвижением и повышением качества услуг [8]. Материалы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2025 год показывают, что регион ведет регулярный отраслевой учет и рассматривает туризм как часть экономической политики [9].

Текущая событийная среда Республики Татарстан представлена несколькими цифровыми и организационными уровнями. На портале Visit Tatarstan выделен раздел событий, а также размещены материалы о достопримечательностях, маршрутах, экскурсиях, питании и помощи туристам [10]. Раздел «Календарь событий» на сайте Государственного комитета Республики Татарстан по туризму прямо направляет пользователя к актуальным мероприятиям на портале Visit Tatarstan [11]. Туристско-информационный центр KazanTravel представляет экскурсии по Казани и Татарстану [12; 13]. XVII Международный экономический форум «Россия – Исламский мир: КазаньФорум» в 2026 году форум собрал 9714 участников деловой программы, 152 мероприятия, 925 спикеров и представителей 99 стран [14]. Спортивное направление событийного туризма в регионе подтверждается календарным планом Министерства спорта Республики Татарстан на 2026 год [15]. Кроме того, региональная практика субсидирования показывает, что поддержка событийных мероприятий рассматривается как отдельное направление развития туризма [16].

Из представленных данных наблюдается разнообразие форматов подачи событийной активности в регионе. Первый формат - афиша, где гость видит название, дату и краткое описание. Второй формат - сервисное сопровождение, где к событию добавлены маршрут, правила посещения, варианты питания и контакты. Третий формат - покупаемое туристское предложение, где событие связано с регистрацией или билетом, проживанием, экскурсией, транспортной подсказкой и последующей коммуникацией.

Характеристика текущей событийной среды Татарстана представлена в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика текущей событийной среды Татарстана

Источник материала	Что подтверждает материал	Значение для событийной поездки
Visit Tatarstan: раздел «События»	На одном региональном портале представлены событий и соседние туристские разделы: маршруты, достопримечательности, питание, помощь туристам	Портал выполняет роль региональной витрины, но ценность для гостя зависит от связи события с маршрутом и покупкой услуг
Госкомитет РТ по туризму: календарь событий	Официальный ресурс направляет пользователя к актуальным событиям на Visit Tatarstan	Подтверждает распределение функций между органом управления туризмом и туристским порталом.
KazanTravel: экскурсии и туры	ТИЦ Казани показывает конкретные экскурсии, туры, длительность, стоимость и возможность заказа.	Это пример более собранного предложения, которое можно связать с событием в городе.
KazanForum: раздел «О форуме»	На форуме 2026 года было 9714 участников деловой программы, 152 мероприятия, 6 дней, 925 спикеров из 99 стран	Деловое событие формирует спрос не только на площадку, но и на размещение, транспорт, питание и городскую программу.
Минспорт РТ: календарный план 2026 года	Показывает регулярную спортивную событийную сетку республики.	Спортивные события могут быть поводом для поездок болельщиков, участников и сопровождающих лиц.
Госкомитет РТ по туризму: субсидии	Поддержка событийных мероприятий выделена как направление развития туризма.	События рассматриваются не только как культурная активность, но и как экономический инструмент региона.

Источник: систематизировано автором по [10; 11; 12; 13; 14; 15; 16].

По данным таблицы 1 можно увидеть несколько направлений развития событийного туризма в Республике Татарстан. Культурные и национальные мероприятия позволяют продемонстрировать традиции, особенности и городскую среду региона. Спортивные события усиливают восприятие Казани как города для организации крупных соревнований и активного отдыха. Деловые форумы привлекают участников, которые ценят удобный проезд, размещение, регистрация, понятную навигацию и сопровождение в дни мероприятия. Гастрономические и семейные события обычно связаны с короткими поездками на один-два дня, поэтому для них особенно важны интересная программа,

доступное питание, безопасность, санитарные зоны и возможность совместить событие с прогулкой или посещением других мест.

Афиша и туристская поездка выполняют разные функции. Афиша только сообщает, что мероприятие пройдет в определенный день и в определенном месте. Туристу этого недостаточно, ему важно заранее понять, как добраться до площадки, сколько займет дорога, где можно остановиться, есть ли возможность сразу купить билет или пройти регистрацию, чем заняться до начала события и после его завершения. Кроме того, гости имеют разные потребности: семьям важны питание и безопасность, школьными группам – понятный маршрут и сопровождение, деловым участникам – размещение и навигация, пожилым туристам – доступность и отсутствие лишних пересадок. Отсутствие такой информации на странице события снижает вероятность покупки тура.

Сравнение афишного и сервисного подходов к событийной поездке представлено в таблице 2.

Таблица 2

Сравнение афишного и сервисного подходов к событийной поездке

Элемент	Афишный подход	Сервисный подход	Практическое значение
Событие	Дата, название и краткое описание.	Программа, аудитория, правила посещения, длительность и стоимость.	Гость понимает, зачем ехать и сколько времени нужно заложить.
Покупка	Ссылка на билет или регистрацию может быть вынесена на другой ресурс.	Единый переход к билету, регистрации, экскурсии или пакету.	Сокращается путь от интереса к оплате.
Маршрут	Адрес площадки указывается отдельно.	Карта, общественный транспорт, парковка, пешие переходы и время в пути.	Снижается неопределенность перед поездкой.
Проживание и питание	Чаще подбираются туристом самостоятельно.	Партнерские гостиницы, рестораны и кафе рядом с площадкой.	Расходы туриста остаются у местных участников рынка.
Гость после события	Контакт часто заканчивается после посещения.	Отзывы, подписка, подборка новых событий, бонусы партнеров.	Повышается вероятность повторного визита.

Источник: систематизировано автором на основе положений [1; 2; 5; 7; 8] и примеров региональных ресурсов [10; 12; 13; 14].

Сервисный подход не отменяет афишу, а расширяет ее до уровня поездки. Для внешнего гостя важны не только дата и название, но и понятная программа, стоимость, способ покупки, маршрут, проживание, питание и дальнейшая связь с регионом. Наиболее заметный эффект появляется тогда, когда событие становится поводом провести в Татарстане не несколько часов, а один-два дня. В этом случае спрос распределяется между организаторами, гостиницами, ресторанами, музеями, перевозчиками и экскурсионными службами.

Обзор текущей ситуации позволяет выделить несколько направлений, которые могут быть применены без изменения самих событий. Речь идет о более подробной карточке поездки, о пакетах выходного дня, о разных версиях предложения для отдельных

аудиторий, о раннем подключении партнеров и о связи с туристом после события. Практические меры и проверяемые показатели развития услуг представлены в таблице 3.

Таблица 3

Практические меры и проверяемые показатели развития услуг

Мера	Содержание	Показатель для мониторинга
Единая карточка поездки	Объединение программы события, билета или регистрации, маршрута, проживания, питания и контакта поддержки.	Переходы к покупке, карте, бронированию и форме обратной связи.
Пакет выходного дня	Связка события с гостиницей, экскурсией, рестораном и транспортной подсказкой.	Доля пакетных продаж и средняя длительность пребывания.
Сегментные сценарии	Отдельные версии предложения для семей, школьных групп, болельщиков, деловых гостей и молодежи.	Число заявок по сегментам, отзывы, повторные обращения.
Партнерская сеть	Подключение гостиниц, ресторанов, музеев, перевозчиков и экскурсионных служб до старта продвижения события.	Загрузка партнеров в даты события и число совместных предложений.
Повторная коммуникация	Рассылка подборок, отзывов, фотоотчетов, бонусов и новых дат после поездки.	Подписки, повторные визиты, участие в следующих событиях.

Источник: систематизировано автором по [5; 7; 8; 10; 12; 13; 14; 16].

Представленные меры показывают, что развитие услуг событийного туризма в Республике Татарстан должно опираться не только на расширение афиши мероприятий, но и на сборку поездки в удобное для туриста предложение. Единая карточка поездки снижает время поиска информации и помогает гостю быстрее перейти от интереса к покупке. Пакет выходного дня важен потому, что снимает с туриста часть организационных вопросов. Гость видит не только само мероприятие, но и примерный сценарий пребывания: где остановиться, где поесть, как доехать до площадки, какую экскурсию или прогулку можно добавить к основной программе. Для регионального рынка это означает, что расходы посетителя распределяются между несколькими участниками: организаторами события, гостиницами, предприятиями питания, музеями, перевозчиками и экскурсионными службами. Поэтому событийная поездка дает больший эффект, чем разовое посещение одной площадки.

При этом разные группы гостей нуждаются в разной подаче одного и того же события. Семье с детьми важны длительность программы, питание, безопасность и удобный маршрут. Школьной группе нужны сопровождение, понятное расписание и возможность совместить мероприятие с познавательной частью. Болельщик заранее оценивает билет, схему входа, транспорт и питание рядом со стадионом. Участнику делового форума необходимы размещение, трансфер, регистрация, деловая навигация и программа для сопровождающих лиц.

Для Татарстана такой подход особенно актуален. Республика уже располагает устойчивым календарем культурных, спортивных и деловых мероприятий, официальными туристскими ресурсами, опытом проведения крупных форумов и соревнований, а также развитой экскурсионной средой Казани. Однако для гостя из другого региона важен не только сам факт проведения события. Решение о поездке во многом зависит от того,

насколько заранее понятны дорога, стоимость, проживание, питание, свободное время и дополнительные возможности в городе.

Поэтому событие целесообразно представлять не только как позицию в афише, а как готовое туристское предложение. На странице мероприятия или в карточке поездки должны быть собраны программа, длительность, стоимость, билет или регистрация, схема проезда, варианты проживания и питания, дополнительные услуги и способ связи после визита. Такая подача не подменяет работу организаторов, а дополняет ее туристским сопровождением и делает событийную поездку более понятной для внешней аудитории.

Для Татарстана практический эффект может выражаться в росте длительности пребывания, повышении загрузки гостиниц и ресторанов в даты событий, увеличении продаж экскурсионных и транспортных услуг, а также в повторных поездках. В этом случае событие становится не разовым информационным поводом, а способом распределять туристский спрос между разными участниками региональной экономики.

Список литературы:

1. Getz D. Event tourism: definition, evolution, and research // Tourism Management. 2008. Vol. 29. Iss. 3. P. 403-428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
2. Getz D., Page S. J. Progress and prospects for event tourism research // Tourism Management. 2016. Vol. 52. P. 593-631. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.03.007.
3. Richards G., Palmer R. Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2010. 536 p.
4. Скараник С. С., Верна В. В. Событийный туризм: современные тенденции и перспективы развития в России // Геополитика и геоэкодинамика регионов. 2024. Т. 10. № 2. С. 131-141.
5. Резникова О. С., Се Я., Скляренко М. А. Влияние цифровых технологий бронирования, используемых в сфере сервиса индустрии гостеприимства, на эффективность труда // Экономика, предпринимательство и право. 2025. Т. 15. № 4. С. 2547-2558. DOI: 10.18334/epp.15.4.122948.
6. ВЦИОМ. Точки притяжения, или Событийный туризм - 2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tochki-pritjazhenija-ili-sobytiinyi-turizm-2024> (дата обращения: 28.06.2026).
7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (ред. от 29.05.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 28.06.2026).
8. Государственная программа Республики Татарстан «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан», утвержденная постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 05.11.2025 № 909. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/aktualnaya-informatsiya-4284589.htm> (дата обращения: 28.06.2026).
9. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. Итоги работы за 2025 год. URL: https://tourism.tatarstan.ru/materiali-itogovoy-kollegii-gosudarstvennogo.htm?pub_id=4884449 (дата обращения: 28.06.2026).

10. Официальный туристический портал Республики Татарстан Visit Tatarstan. События. URL: <https://visit-tatarstan.com/events/> (дата обращения: 28.06.2026).
11. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. Календарь событий. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/kalendar-sobitiy.htm> (дата обращения: 28.06.2026).
12. Туристско-информационный центр Казани KazanTravel. Экскурсии. URL: <https://kazantravel.ru/ekskursii> (дата обращения: 28.06.2026).
13. Туристско-информационный центр Казани KazanTravel. Туры. URL: <https://kazantravel.ru/tury> (дата обращения: 28.06.2026).
14. Международный экономический форум «Россия - Исламский мир: KazanForum». О форуме. URL: <https://kazanforum.ru/about/> (дата обращения: 28.06.2026).
15. Министерство спорта Республики Татарстан. Календарный план спортивных мероприятий и физкультурных мероприятий Республики Татарстан на 2026 год. URL: https://minsport.tatarstan.ru/kalendarny_plan.htm (дата обращения: 28.06.2026).
16. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. Субсидия на развитие туристической инфраструктуры и проведение событийных мероприятий в 2024 году. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/subsidiya-na-razvitie-turinfrastrukturi-i-8609049.htm> (дата обращения: 28.06.2026).

References:

1. Getz D. Event tourism: definition, evolution, and research // *Tourism Management*. 2008. Vol. 29. Iss. 3. P. 403-428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
2. Getz D., Page S. J. Progress and prospects for event tourism research // *Tourism Management*. 2016. Vol. 52. P. 593-631. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.03.007.
3. Richards G., Palmer R. *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2010. 536 p.
4. Skaranik S. S., Verna V. V. Event tourism: current trends and development prospects in Russia // *Geopolitics and Geocodynamics of Regions*. 2024. Vol. 10. No. 2. P. 131-141.
5. Reznikova O. S., Xie Y., Sklyarenko M. A. The impact of digital booking technologies used in the hospitality industry on labor efficiency // *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*. 2025. Vol. 15. No. 4. P. 2547-2558. DOI: 10.18334/epp.15.4.122948.
6. VTsIOM. Points of Attraction, or Event Tourism - 2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tochki-pritjazhenija-ili-sobytiinyi-turizm-2024> (accessed: 28.06.2026).
7. Order of the Government of the Russian Federation No. 2129-r dated 20.09.2019 "On Approval of the Tourism Development Strategy of the Russian Federation until 2035" (as amended on 29.05.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (accessed: 28.06.2026).
8. State Program of the Republic of Tatarstan "Development of Tourism and Hospitality in the Republic of Tatarstan", approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Tatarstan No. 909 dated 05.11.2025. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/aktualnaya-informatsiya-4284589.htm> (accessed: 28.06.2026).

9. State Committee of the Republic of Tatarstan for Tourism. Results of Work for 2025. URL: https://tourism.tatarstan.ru/materiali-itogovoy-kollegii-gosudarstvennogo.htm?pub_id=4884449 (accessed: 28.06.2026).
10. Official Tourist Portal of the Republic of Tatarstan Visit Tatarstan. Events. URL: <https://visit-tatarstan.com/events/> (accessed: 28.06.2026).
11. State Committee of the Republic of Tatarstan for Tourism. Event Calendar. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/kalendar-sobitii.htm> (accessed: 28.06.2026).
12. Kazan Tourist Information Center KazanTravel. Excursions. URL: <https://kazantravel.ru/ekskursii> (accessed: 28.06.2026).
13. Kazan Tourist Information Center KazanTravel. Tours. URL: <https://kazantravel.ru/tury> (accessed: 28.06.2026).
14. International Economic Forum “Russia - Islamic World: KazanForum”. About the Forum. URL: <https://kazanforum.ru/about/> (accessed: 28.06.2026).
15. Ministry of Sports of the Republic of Tatarstan. Calendar Plan of Sports and Physical Culture Events of the Republic of Tatarstan for 2026. URL: https://minsport.tatarstan.ru/kalendarny_plan.htm (accessed: 28.06.2026).
16. State Committee of the Republic of Tatarstan for Tourism. Subsidy for Tourism Infrastructure Development and Event Activities in 2024. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/subsidiya-na-razvitie-turinfrastrukturi-i-8609049.htm> (accessed: 28.06.2026).