

*Нарынбек уулу К., Мамбетова К.М.*

**ДҮЙНӨ ЖҮЗҮНДӨ ОКУЯ ТУРИЗМИНИН НЕГИЗГИ  
ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ ЖАНА ӨНҮГҮҮ КЕЛЕЧЕГИ**

*Нарынбек уулу К., Мамбетова К.М.*

**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В МИРЕ**

*Narynbek uulu K., K.M. Mambetova*

**THE MAIN TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT  
OF EVENT TOURISM IN THE WORLD**

УДК: 91:796.5. (575.2)

Бул макалада окуя туризминин келечектүү өнүгүүсү жана негизги тенденциялары көрсөтүлгөн. Белгилүү бир иш чарага тиешелүү саякаттоо, туристтер (саякатчылар) арасында көрүнүктүү орун ээлөөдө. Негизги орунду ээлегендери, бул спорттук мүнөздөгү, саркеч кийимдердин модасын көрсөтүү, ири масштабдагы көргөзмөлөр, музыкалдык концерттер жана фестивалдар, ошондой эле этникалык иш чаралар болуп эсептелет. Окуя, бүгүнкү күндө туризмди өнүктүрүү контекстинде, дүйнөлүк деңгээлде, ошондой эле атайын мүнөздүү дестинация үчүн, туризмди шыктандыруунун эн негизги элементи болуп саналат. Бул иш чара туристтик жагымдуулугун туристтик секторунда кызмат суроо-алыш-сезон төмөндөшү ушул ажырым толтуруп, бардык убагында жүзөгө ашыруу үчүн мүмкүн деп жатат. Окуялуу туризмди түзүү тажрыйбасы чет өлкөлөрдө ар түрдүү жана көп өлкөлөрдө аны өркүндөтүүдө, орнотууда кыйла алдыга кеткен. Бул макалада авторлордун тарабынан окуялык мүнөздөгү иш чараларды уюштуруунун эл аралык тажрыйбалары каралган.

**Негизги сөздөр:** туризм, эл аралык иш чаралар, жарнама, эс алуу, маркетингдик изилдөө, маркетинг, спорт окуялар, көргөзмөлөр.

В статье рассматриваются основные тенденции и перспективы развития событийного туризма. Путешествия, приуроченные к определенному мероприятию, завоевывают все большую популярность среди туристов. Наиболее значимыми являются события спортивного характера, модные показы, крупномасштабные выставки, музыкальные концерты и фестивали, а также этнографические мероприятия. На сегодняшний день, в контексте развития туризма, события являются важным ключевым элементом мотивации туризма как на мировом уровне, так и для конкретной дестинации. Привлекательность событийного

туризма заключается еще и в том, что мероприятия можно проводить в любое время года, заполняя этим пробел в межсезонный упадок спроса на услуги в секторе туризма. Опыт формирования событийного туризма за рубежом весьма разнообразен и многие страны продвинулись в вопросах его становления далеко вперед. В данной статье авторами рассмотрен международный опыт организации мероприятий событийного характера.

**Ключевые слова:** туризм, международные мероприятия, реклама, отдых, маркетинговые исследования, маркетинг, спортивные события, выставки.

The article discusses the main trends and prospects for the development of event tourism. Travel timed to certain events are gaining popularity among tourists. The most significant are sporting events, fashion shows, large-scale exhibitions, musical concerts and festivals as well as ethnographic events. Today, in the context of tourism development, events are an important key element of tourism motivation both at the global level and for a specific destination. The attractiveness of event tourism lies in the fact that activities can be carried out at any time of the year, filling the gap in the inter-season decline in demand for services in the tourism sector. Experience in the formation of event tourism abroad is very diverse and many countries have advanced in its formation far ahead. In this article by the authors reviewed the international experience of organizing events event character.

**Key words:** tourism, international events, marketing, advertising, relaxation, marketing research, sport events, exhibitions.

На сегодняшний день идет тенденция к росту заинтересованных путешественников к мероприятиям событийного характера и на тур рынке предстал новый, активными темпами развивающийся вид туриз-

ма – событийный туризм (event tourism). Ценится данный вид туризма тем, что соединяет путешественников самых разных профессий, политических убеждений, возрастов, интересов. Благодаря ему идет большой рост экономических показателей страны. Немаловажными элементами событийного туризма являются мероприятия культурного, выставочного, археологического и спортивного видов туризма. Но к ним причисляют именно те мероприятия, которые приносят существенный доход, на проходящей территории.

Главными преимуществами событийного туризма являются его большая прибыльность и внесезонность. События – являются непосредственно самыми результативными поводами для принятия решения о туристской поездке. Интересность событий заключается в том, что они всегда разнообразные и редко заимствуются. Событийный туризм становится все более интенсивно развивающейся отраслью экономики, и эта тенденция сохранится в ближайшее время [1].

На сегодня событийный туризм включает все аспекты путешествия, благодаря которому турист может познакомиться с бытом, жизнью и культурой, а также обычаями другого народа. Следовательно, он способствует сотрудничеству между странами, также реализовывает и создает культурные связи. Отличность событийного туризма заключается еще и в том, что он позволяет с большим успехом использовать туристские возможности страны (музеи, достопримечательности, памятники, природные заповедники) и взаимодействовать с другими видами туризма.

Интерес к событийному туризму с каждым годом возрастает не только со стороны посетителей, но и органов государственной власти. Данный феномен можно объяснить тем, что в современном мире становится достаточно трудно завладеть вниманием туристов, поэтому дестинации вынуждены придумывать новые концепции, которые обеспечат туристический поток.

Практика организации событийного туризма за рубежом довольно многообразна и большинство стран обошли в вопросах его становления далеко вперед. Полагается, что главенствующее место по уровню развития ивент туризма занимают Австралия и ЮАР. В Австралии это связано с целым рядом факторов: во-первых, с частотой организации – ежегодно проводится около 200 фестивалей по всей стране; во-вторых легкий доступ к информации о фестивалях в

Интернет, что свидетельствует о грамотном продвижении с использованием институциональной рекламы.

Количество фестивалей в Южной Африке меньше, ежегодно около 100, но все проводимые мероприятия сочетаются с природным ландшафтом, что является прекрасным примером для всех развивающихся стран.

Секретом успеха информированности потенциальных посетителей мероприятий является размещение на веб-сайтах информации о популярных фестивалях с использованием грамотно подобранных ключевых слов. Именно такие ключи смогут привести на страницы ресурса посетителей.

Итак, можно выделить основные достоинства событийного туризма:

- мероприятия могут привлечь туристов (и не только их, еще и спонсоров, инвесторов, СМИ и др.), при этом расходы туристов на мероприятиях создают экономические выгоды и событийный туризм может быть использован для нивелирования сезонного падения спроса на туристические услуги;

- события могут создать положительный образ и стать началом брендинговой компании;

- мероприятия способствуют продвижению положительного имиджа страны;

- события, проводимые в городах, парках, на городских площадках и т.д. делают их более привлекательными в глазах общественности и стимулируют посетить в будущем еще раз.

При организации любого события, большое значение имеет систематизация основных видов и направлений событийного туризма. При определении вида события, нужно обратить внимание на ряд причин, которые будут сопряжены с его подготовкой и проведением:

- целевая группа (для кого будет проводиться событие);

- время проведения (необходимо учитывать как возможности целевой группы, так и наличие в выбранное время близких по тематике событий);

- требования к сотрудникам, которые будут задействованы в процесс проведения мероприятия (актеры, аниматоры, спортсмены, сотрудники обеспечивающие безопасность участников и гостей);

- наличие средств и ресурсов;

- определение маркетинговой стратегии и осуществление рекламных акций;

- организация взаимодействия и форм сотрудничества с властями и местным сообществом.

Запланированные мероприятия в сфере туризма создаются для определенной цели, однако если раньше инициаторами проведения подобных мероприятий были общественные инициативы граждан, то в настоящий момент это во многом стало сферой профессионалов и предпринимателей.

Проводимое масштабное событие предполагает вовлечение значительных туристических потоков, которые въедут на территорию проведения на определенное время.

Поводом могут служить события, посвященные различной тематике, которые, тем не менее, будут интересны не только местным жителям, но и многочисленным туристам разных стран. Именно подобные мероприятия могут, с одной стороны, хоть и временно, но увеличить поток туристов в страну, регион, город, а с другой – послужить катализатором для развития других видов туризма.

Классификация событий, исходя из масштабов:

1. Международные события или мега-события (Олимпийские игры, международные кинофестивали или конкурсы красоты), мероприятия национального или международного значения, широко освещаемых в СМИ, характеризуются высоким туристическим спросом и имеют большое значение для мирового общества;

2. Национальные мероприятия (Чемпионаты по различным видам спорта, выставки-ярмарки), характеризуются экономическими выгодами, увеличением доли рынка и привлечением остаточного большого количества туристов;

3. Региональные события (спортивные соревнования, деловые форумы, национальные фестивали искусств), мероприятия регионального масштаба с ограниченным потоком посетителей, отмечаются меньшим туристическим спросом, чем региональные события и уменьшением экономической выгоды от проведения мероприятия;

4. Локальные события (Дни города, местные ярмарки), отличаются низким туристическим спросом и незначительны с точки зрения экономической выгоды.

«Туризм является бесспорным генератором национального богатства, корпоративного дохода и рабочих мест на местах. Управление туризмом на устойчивой основе может в одинаковой мере принести пользу, как людям, так и всей планете». Данные слова относятся к Генеральному секретарю ООН Пан Ги Муну, который произнес их в августе 2013 г. на Гене-

ральной Ассамблее Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Международные эксперты оценили, что за эти последние 10 лет одним из самых развивающихся видов туризма является именно событийный туризм, мировой оборот которого возрос с десятков до сотен миллиардов долларов».

В мире каждый год осуществляются масса разнообразнейших фестивалей и мероприятий, некоторые из которых более популярны среди широкой общественности, некоторые менее. Не стоит забывать, что события, фестивали создают положительную репутацию и множество преимуществ для города, страны.

В настоящее время среди известнейших ивентов стоит выделить поездки на карнавалы, музыкальные фестивали, национальные праздники, спортивные события, модные показы, гастрономические туры, посещение выставок, концерты звезд эстрады, сафари, посещение уникальных природных мест, спортивные мероприятия, мероприятия различных субкультур. Все эти и ряд других мероприятий собирают тысячи, а некоторые – миллионы участников [2].

Например, средняя посещаемость матчей Чемпионата мира по футболу составляет 52918 тысяч зрителей в Бразилии, 49669 тысяч в ЮАР, 52491 тысяч в Германии, 42268 на Чемпионате, проведенном совместными усилиями Кореи и Японии [3]. Эти данные свидетельствуют о том, что мировые первенства по футболу прочно заняли свое место среди мега-событий.

Проведение мега-события способствовало возрастанию спортивной активности местных жителей (плавание, аэробика, велосипедная и верховая езда, теннис, гимнастика). Проведение Олимпийских игр в Барселоне стало стимулом для развития города как центра туризма. Социологические опросы показали, что Барселона стала более привлекательной для туризма. Если в 1990 году 51% посетителей города приезжали из других городов Испании, 32% из других европейских стран и лишь 17% были туристами из Европы, [4] то к 2001 году 40% туристов (800 тысяч) были жителями европейских стран, а 29% - неевропейских (600 тысяч). Если до проведения мега-события вклад туризма в ВВП города составлял около 1%, то уже к 2004 году туристическая отрасль обеспечила 12% ВВП [5]. С 1990 года по 2015 года численность туристов возросла на 419% [6].

Исходя из всего вышесказанного, туры, которые сочетают в себе отдых и участие в зрелищных миро-

вых мероприятиях становятся все более популярными.

Также к достоинствам событийного туризма стоит отнести и то, что каждый год он обновляется новыми событийными турами. Путешественники, гостящие в регионах с целью принятия участия в событиях, есть возможные потребители и других видов туризма в регионе. Данный вид туризма является неповторимым видом туризма, так как он безграничен по содержанию.

Ну а минусом этого вида туризма стоит отметить лишь неопределенность предсказания спроса на событие. Таким образом, подводя итоги можно выделить, что хороший результат процветания событийного туризма зависит от многих факторов, т.к. в ход построения, подготовки и проведения вовлечено немалое количество участников. Всякое событие призывает результативного управления и проведения, где оригинальность грядущего мероприятия должна четко совпадать с выбранной целевой аудиторией, а

также примыкать с тщательной подготовительной работой.

#### Литература:

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. - М.: (Утверждена распоряжением Правительства РФ от 31 мая 2014 г. №941-р).
2. Бутко И.И. Туристический бизнес: основы организации [Текст] / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. - 384 с.
3. FIFA World Cup™ All Time Statistics. Официальный сайт ФИФА. - URL: <http://www.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/index.html>.
4. Sanahuja R. Barcelona – an Olympic city – the city strategy 10 years after the Olympic Games in 1992.
5. Olympic Report. The official site of European Tour Operators Association. - P. 11. URL: <https://www.etoa.org/docs/default-source/Reports/ETOA-reports/2006-etoa-olympic-report.pdf?sfvrsn=2>.
6. Соланеллас Ф., Кампс А. Наследие Олимпийских игр в Барселоне. // Наука в олимпийском спорте. - 2017. - №3. - С. 4.

Рецензент: к.геогр.н., доцент Осмонбекова Р.Б.