

## К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА УРОВНЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

Климова Т.Б.<sup>1</sup>, Вишневская Е.В.<sup>1</sup>, Богомазова И.В.<sup>1</sup>

*ФГАОУ ВПО Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород  
Белгород, Россия (308015 г. Белгород, пр. Победы, 85) e-mail: TKlimova@bsu.edu.ru*

---

Событийный туризм рассматривается экспертами как действенный механизм в создании и продвижении положительного имиджа регионов, поэтому развитие событийного туризма на региональном уровне становится актуальной проблемой. Каждый регион старается привлечь к себе туристов, а интересные события являются для них объектами притяжения. В современной России существует достаточный туристский потенциал для развития событийного туризма и практически каждый город интересен своими событиями. Для региональных органов власти организация и проведение событийных мероприятий должны выступать стимулом для развития туристской инфраструктуры, привлечения инвесторов и возможностью поднять сферу туризма на качественно новый уровень. Успешность развития событийного туризма зависит от существующей системы стратегического планирования событийных мероприятий. Каждое событие требует эффективной организации и проведения. Важной задачей является поиск эффективных форм взаимодействия различных субъектов рынка с целью создания привлекательных туристических продуктов с учетом потенциала территории. Правильная организация и консолидация усилий всех субъектов будут способствовать успешному решению задач формирования имиджа региона.

---

Ключевые слова: событийные мероприятия, событийный туризм, туристский потенциал, регион, имидж региона

## TO THE QUESTION OF DEVELOPMENT OF THE EVENT TOURISM AT THE LEVEL OF REGIONAL ECONOMIES

Klimova T.B., Vishnevskaya E.V., Bogomazova I.V.

*Belgorod State National Research University, Belgorod  
Belgorod, Russia (308000 Belgorod, pr. Victory, 85) e-mail: TKlimova@bsu.edu.ru*

---

Event tourism is seen by experts as an effective mechanism to create and promote a positive image of the region, so the development of event tourism at the regional level is becoming an urgent problem. Each region is trying to attract tourists, and interesting events can be that objects of attraction. In modern Russia there is sufficient tourist potential for the development of event tourism and almost each city is interesting for its events. For regional authorities organization and conduct of event management should act a stimulus for the development of tourism infrastructure to attract investors and raise the possibility of the tourism industry to a new level. The successful development of event tourism depends on the existing system of strategic planning of event management. Each event requires efficient organization and special conducts. An important task is to find effective forms of interaction between the different actors of the market in order to create attractive tourism products with the potential of the territory. Proper organization and consolidation of the efforts of all actors will contribute to the successful solution of problems of the region's image formation.

---

Keywords: event management, event tourism, tourist potential, the region, the region's image

Одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений в туризме является событийный туризм, доля которого в секторе туристических услуг ежегодно увеличивается. Современных туристов, как и любых других «потребителей территорий», все больше интересуют не только традиционные достопримечательности, сколько то, чем живет территория, какие события на ней происходят, каков ее стиль и ритм жизни.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. События встраиваются в существующий социально-культурный ландшафт и являются катализаторами процесса интеграции, популяризации ценностей, важным

инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов.

В последние годы крупные спортивные, культурные, деловые события превратились в важный элемент государственной политики. Многие страны, в том числе и Россия, активно борются за право проводить на своей территории различные мероприятия международного масштаба. Страны включают эти глобальные события в свои стратегии экономического развития, решая за счёт них сразу несколько задач, включая модернизацию инфраструктуры, продвижение на мировом уровне и, как следствие, привлечение туристов и инвесторов.

В России, по данным Всемирной туристической организация UNWTO наблюдается заметный рост популярности событийного туризма и общее развитие инфраструктуры, связанной с этой отраслью. В 2013 году Россия попала в десятку самых популярных стран для событийного туризма [7].

В событийном туризме выделяется несколько тематических направлений: национальные праздники и фестивали, театрализованные шоу, фестивали театра и кино, гастрономические фестивали, карнавалы, модные показы, спортивные события, фестивали музыки, религиозные праздники, экономические форумы и др. В зависимости от масштаба событийные мероприятия могут быть регионального, национального, международного уровней. Также, событие может быть разовым, т.е. неповторяемым, либо периодическим, наблюдаемым ежегодно или в определенные периоды времени.

В контексте маркетинговых задач типология событий основывается на анализе опыта зарубежных стран и предусматривает разделение по следующим признакам: по типу маркетинговой среды (политические, корпоративные, социальные, культурно-развлекательные, научные, спортивные); по характеру взаимодействия (формальные или неформальные); по масштабам целевой аудитории (международные, государственные, региональные, городские, корпоративные) [2].

Несмотря на множественность событийных мероприятий к событийному туризму можно отнести только те, которые приносят доход территории и, соответственно, являются ресурсной составляющей той местности, где их проводят. Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии.

На международном событийном пространстве среди российских городов, кроме Москвы и Санкт-Петербурга, заявили о себе лишь Сочи, Владивосток, Казань, Екатеринбург и некоторые другие.

К наиболее значительным событиям международного и всероссийского масштаба в нашей стране можно отнести Международный авиакосмический салон МАКС, Московский

международный фестиваль камерной музыки, Московский Международный кинофестиваль, Международный конкурс имени П.И. Чайковского и многие другие события.

В Санкт-Петербурге проводятся Международный театральный фестиваль «Балтийский дом» и Международный фестиваль «Встречи в России», Международный фестиваль «Императорские сады России». В один ряд с туристическими событиями стал выпускной бал в Санкт-Петербурге, поскольку ассоциируется у туристов с белыми ночами, разводными мостами, Алыми парусами, красочными шоу.

К числу значимых международных мероприятий, призванных расширить знания о потенциале территории, относятся крупные научные конгрессы и форумы, саммиты. Так, Владивосток стал центром международного сотрудничества Азиатско-Тихоокеанского региона. В 2012 году во Владивостоке, на острове Русский состоялось одно из крупных международных событий в новейшей истории – саммит Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС). До саммита АТЭС самым крупным событием международного масштаба здесь была встреча президента США Р. Никсона с Л.И. Брежневым в 1974 году [6].

В Санкт-Петербурге ежегодно начиная с 1997 года, проходит Петербургский международный экономический форум, а также целый ряд деловых мероприятий: саммиты G8 (в 2006 г.) и G20 (в 2013 г.). В Екатеринбурге вектор развития событийному туризму задал саммит глав стран «Шанхайской организации сотрудничества».

Классическим примером событийного туризма является посещение спортивных мероприятий. В 2013 году состоялась Универсиада в Казани. Данное мероприятие рассматривалось как «глобальная репетиция» зимних Олимпийских игр в Сочи. Проведение Универсиады привело к увеличению турпотока в Республику Татарстан на 15 %. [4]. Так же, Казань вошла в список городов-участников чемпионата мира по футболу, который состоится в 2018 году, и объекты, построенные к Универсиаде, будут использоваться для его проведения. В списке ещё 10 городов (Москва, Калининград, Санкт-Петербург, Волгоград, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ростов-на-Дону, Сочи, Екатеринбург), которые также ожидают масштабные инвестиции и развитие инфраструктуры.

Безусловно, главным событием для России стали зимние Олимпийские игры 2014 в Сочи, которые не просто привлекли определенную аудиторию, туристов, они объединили население территории, показали всему миру Россию с лучшей стороны, подняв ее имидж.

Развитие событийного туризма рассматривается экспертами как действенный механизм в создании и продвижении положительного имиджа регионов, поэтому развитие событийного туризма на региональном уровне становится актуальной проблемой. Региональные органы управления туризмом начинают поиск новых форм PR-активности и

всё чаще используют возможности развития событийного туризма. Перспективы его развития обсуждаются во многих регионах еще и потому, что это возможность поддержки малого и среднего бизнеса, и самое главное – это вопрос сохранения культурно-этнического наследия и сохранения природы.

Событий, способных привлечь туристов в регионы России, пока не слишком много. Но в последнее время в культурной, деловой и спортивной жизни регионов нашей страны наметились серьезные сдвиги и оживление. Во многих регионах проводятся различные фестивали, которые организовываются на основе народных традиций, праздников, важных для региона исторических событий. Каждый регион старается привлечь к себе туристов, а интересные события являются для них объектами притяжения.

Особенность развития событийного туризма в условиях регионального туристского рынка в том, что проводимые мероприятия могут быть не крупными и масштабными проектами. Главным является создание информационного повода для брендинга территории. Можно привести множество примеров событийного туризма в различных регионах.

Так, Ханты-Мансийск сегодня стал одним из центров событийного туризма страны. Разнообразие мероприятий, от спортивных соревнований до театральных представлений и кинофестивалей. Молодой и перспективный фестиваль Ыбица в Финно-угорском этнокультурном парке села Ыб, республики Коми. Старинное село Ыб находится под Сывтывкарком. Оно стало базой туристического комплекса, а парк Ыбица стал одним из брендов республики Коми. В городе Суздаль (Владимирская область) проводится множество тематических праздников – эти мероприятия собирают большое количество как российских, так и иностранных туристов. Уже стали знаменитыми Гусиные бои и Праздник огурца, проводимые на территории Музея деревянного зодчества. Пермь совсем недавно продемонстрировала свои амбиции центра фестивальных событий, организовав фестиваль «Белые ночи в Перми». В Белгородской области проводится ежегодный Международный фестиваль славянской культуры «Хотмыжская осень».

В некоторых регионах нашей страны зарождаются гастрономические фестивали, так популярные в Западной Европе. Одним из самых молодых гастрономических фестивалей является «Праздника Сыра» в Барнауле, который проходит с 2005 года.

Не меньшей популярностью пользуются и фестивали исторической реконструкции, которых с каждым годом в различных регионах России становится все больше. В Московской области ежегодно проходит фестиваль «Времена и эпохи», в Тюменской области – «Абалакское поле», в Пермском крае – «Большие маневры», в Карелии – «Осударева дорога», во Владимирской области – «Юрьевская застава», а в Псковской

области – «Железный град», в Белгородской области – «Прохоровское поле – третье ратное поле России».

Традиционными фестивалями, которые с каждым годом собирают все большее количество туристов со всей России, становятся музыкальные фестивали, такие как Нашествие – в Тверской области, Сотворение мира – в Пермской области, Рок-Холмы – в Брянской области, Фестиваль Городских Романтиков, Легенды Русского Рока, Rock on the Roof – в Москве и многие другие.

В современной России существует достаточный туристский потенциал для развития событийного туризма и практически каждый город интересен своими культурными и спортивными событиями. Необходимо предлагать интересные программы, находить легенды и в рамках проведения фестивалей, создавать яркие события, которые смогут привлечь и местных жителей и туристов. Туроператорам следует обратить внимание не только на зарубежные мероприятия, но и на мероприятия, происходящие в регионах нашей страны. Турпродукты, разработанные на основе региональных событий, могут быть вполне рентабельными и конкурентоспособными.

Если рассматривать событийные мероприятия с точки зрения коммуникативного воздействия, то очевидна их прямая связь с событийным маркетингом, когда событие становится инструментом продвижения территории. Технологии событийного маркетинга позволяют раскрыть потенциал территорий. Всем известны события, сделавшие имя тому или иному городу, региону, стране. Среди ярких примеров можно выделить карнавал в Рио-де-Жанейро, о котором знают на всех континентах. Бразильский карнавал уверенно держится в топе туризма среди самых посещаемых мировых событий. Еще одним примером является Каннский фестиваль. Так же, одним из самых массовых гуляний в мире является пивной фестиваль Октоберфест. Сегодня в мире насчитывается несколько десятков городов, которые специализируются на событийной экономике [5].

Среди положительных факторов развития событийного туризма можно выделить:

- создание комфортной среды жизнедеятельности;
- стимулирование туристического потока;
- репозиционирование территории и формирование положительного имиджа;
- накопление нового культурного наследия и актуализация старого;
- развитие бизнеса, в том числе в сфере организации событийных мероприятий;
- привлечение внешних инвестиций, чему будет способствовать привлекательность региона;
- привлечение инвестиций из федерального бюджета, что будет способствовать модернизации инфраструктуры. Следует отметить, что с административной точки зрения

намного проще и эффективнее, когда масштабные инвестиции в развитие территории приурочены к какому-либо важному событию.

Несмотря на наметившиеся перспективы развития событийного туризма в нашей стране, можно выделить ряд факторов, сдерживающих развитие данного вида туризма в регионах России. К ним относятся: недостаточна развитая туристская инфраструктура, дефицит квалифицированных кадров в event-индустрии, отсутствие должного внимания к разработке событийного календаря, низкая деловая и инвестиционная активность местного населения, а также неэффективная система продвижения турпродуктов.

Проблемы развития событийного туризма в России обсуждаются на научных конференциях в разных регионах нашей страны, среди которых Казанский международный туристский форум «Ориентиры Будущего», Международная конференция по развитию событийного туризма в Якутии, бизнес-форум «Событийный туризм и маркетинг территорий» в Москве и другие. Главный вывод, который отмечается специалистами в данной сфере, заключается в том, что ни одна территория не будет привлекательной для туристов и инвесторов без событий, которые сделают ее узнаваемой [1].

Кроме научных мероприятий, в настоящее время реализуется Проект по развитию молодежного событийного туризма в Центральном федеральном округе «Событие – 2014», проводится региональный конкурс Национальной премии в области событийного туризма на территории ЦФО. В данном конкурсе приняли участие 85 проектов из 15 регионов.

Одна из самых важных функций властей регионов, в которых развивается событийный туризм – это оценка эффективности событийных мероприятий. Оценить экономический эффект от проведения событий пытаются в течение последних двух десятилетий. Исследователи систематизируют основные подходы к оценке, проводят мультипликативный анализ, рассматривают преимущества и недостатки различных подходов; продолжают развивать понимание положительных и отрицательных аспектов событий, а также изучают мнения резидентов относительно событий и их представления о последствиях мероприятий. Однако оценивая результаты, важно помнить, что событие – это инструмент формирования имиджа, не отвечающий за увеличение объемов продаж, а обеспечивающий такие коммуникационные эффекты, как узнаваемость территории, лояльность и другие.

Для региональных органов власти организация и проведение событийных мероприятий должны выступать стимулом для развития туристской инфраструктуры, привлечения инвесторов и возможностью поднять сферу туризма на качественно новый уровень.

Успешность развития событийного туризма зависит от существующей системы стратегического планирования событийных мероприятий. Процесс организации и планирования событийного туризма является весьма сложным, в него вовлечены множество

участников, каждый из которых выполняет определенные функции в соответствии со своими интересами. Каждое событие требует эффективной организации и проведения, где оригинальность творческого решения должна согласовываться с общим направлением развития бренда, точным попаданием в целевую аудиторию и тщательной подготовительной работой. Состав и количество участников, вовлеченных в стратегический процесс, зависит от степени развитости сферы туризма [3]. Важной задачей является поиск эффективных форм взаимодействия различных субъектов рынка с целью создания привлекательных туристических продуктов с учетом специфических особенностей и потенциала территории. При правильном подходе к организации успешно решаются социально-культурные задачи формирования имиджа региона не только внутри страны, но и за рубежом, и как следствие, повышается туристский поток и финансовый приток участников туристского рынка.

Событийный туризм сегодня – это не только перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка, но и яркий, многогранный, бесконечно увлекательный инструмент продвижения территории. Понимая важную роль событийных мероприятий в моделировании имиджа регионов в целях реализации имиджевой политики, координации и повышения эффективности работы по продвижению благоприятного образа российских регионов на внутреннем и внешнем рынке, необходимо консолидировать усилия специалистов сферы общественных коммуникаций и органов региональной власти для решения актуальных задач формирования положительного имиджа. Результатом этого взаимодействия должны стать новые точки притяжения туристов.

*Работа выполнена в рамках реализации гранта на проведение научно-исследовательских работ по приоритетным направлениям социально-экономического развития Белгородской области (тема проекта «Развитие событийного туризма как ресурса продвижения регионального турпродукта и популяризации культурно-исторического наследия»)*

### Список литературы

1. Второй Российский Бизнес-форум «Событийный туризм и маркетинг территорий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ryazantourism.ru/events/8> (дата обращения: 18.04.2014)
2. Глобова С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, июнь 2013г.). – СПб.: Реноме, 2013. – С.137-140
3. Давыденко И.В. Доминаты рынка событийного туризма // Вестник. Наука и практика. URL: <http://xn--e1aajfpcds8ay4h.com.ua/pages/view/445> (дата обращения: 15.10.2014)

4. Кондратьев А. Событийная экономика как современный фактор развития городских территорий // Бизнес России: электронный журнал. URL: <http://businessofrussia.com> (дата обращения: 15.10.2014).
5. Климова Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневецкая // Научный результат. – 2014. – № 1(1) – С.35-42.
6. Мартышенко Н. С. Формирование ивент-стратегии развития въездного туризма в Приморском крае // Event-маркетинг. – 2012. – № 3. – С.178-197.
7. Событийный туризм в России активно развивается [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eventvoyage.com/novosti/korotko-o-vazhnom/1723-sobytijnyj-turizm-v-rossii-aktivno-razvivaetsya#ixzz3JbGGруку> (дата обращения: 25.11.2014).

**Рецензенты:**

Слинкова О.К., д.э.н., доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса  
Декан факультета бизнеса и сервиса Института экономики НИУ «БелГУ», г. Белгород;  
Растворцева С.Н., д.э.н., профессор кафедры мировой экономики НИУ «БелГУ», г. Белгород.