

ИВЕНТЫ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

А. Г. Ахундова

Бакинский государственный университет (Баку, Азербайджан)

В современном мире событийный туризм становится все более популярным и востребованным, предоставляя возможности для развития туристической индустрии и привлечения посетителей. Одним из ключевых факторов, способствующих его развитию, является эффективное использование ивентов. Ивенты, или события, стали неотъемлемой частью путешествий, привлекая туристов различных интересов и возрастов. Ивенты — будь то фестивали, конференции, спортивные события или культурные праздники, оказывают грандиозное влияние на туристическую индустрию. Это не просто случайные вечеринки — это магниты для путешественников, создающие незабываемые впечатления и вдохновляющие на приключения. Ивенты отражают дух и культуру регионов, становясь не только центром привлечения туристов, но и мощным фактором экономического, социокультурного и экологического влияния. Они служат катализаторами развития событийного туризма, устремляя путешественников в новые горизонты и обогащая жизнь местных сообществ. Организация и проведение ивентов являются важным стратегическим инструментом для развития событийного туризма. В связи с чем есть необходимость профессионального подхода к организации и анализу результатов проведения ивентов для достижения максимальных выгод для регионов и туристических направлений. Цель данной статьи — проанализировать ключевые аспекты ивент-туризма и выявить важность и роль ивентов в привлечении туристов и развитии туристической индустрии.

Ключевые слова: индустрия туризма, ивенты, событийный туризм, развитие регионов, экономические выгоды.

EVENTS: A STRATEGIC TOOL FOR DEVELOPING EVENT TOURISM

A. G. Akhundova

Baku State University (Baku, Azerbaijan)

In the modern world, event tourism is becoming increasingly popular and in demand, offering opportunities for the development of the tourism industry and attracting visitors. One of the key factors contributing to its growth is the effective use of events. Events, or activities, have become an integral part of travel, attracting tourists of various interests and ages. Whether they are festivals, conferences, sports events, or cultural holidays, events have a tremendous impact on the tourism industry. They are not just random parties — they are magnets for travelers, creating unforgettable experiences and inspiring adventures. Events reflect the spirit and culture of regions, serving as not only tourist attractions but also powerful factors of economic, socio-cultural, and environmental influence. They act as catalysts for the development of event tourism, guiding travelers to new horizons and enriching the lives of local communities. The organization and execution of events are important strategic tools for the development of event tourism. In this connection, there is a need for a professional approach to organizing and analyzing the results of events in order to achieve maximum benefits for regions and tourist destinations. The aim of this article is to analyze the key aspects of event tourism and highlight the importance and role of events in attracting tourists and developing the tourism industry.

Keywords: tourism industry, events, event tourism, regional development, economic benefits.

Событийный, или ивент-туризм, представляет собой увлекательный и перспективный сегмент в индустрии туризма, обогащаю-

щий культурные и развлекательные возможности для путешественников и способствующий развитию туристического рынка. Именно ивенты иг-

рают существенную роль в стимулировании туристических потоков. Они создают уникальные мотивации для путешествий, превращая обыденные поездки в захватывающие приключения. Привлекательность ивентов заключается в возможности пережить нечто уникальное и неповторимое, что создает потребность у туристов побывать на событии в определенном месте и в определенное время. Ивенты обладают силой создать эмоциональную привязанность, что способствует повторным визитам и мотивирует рекомендовать мероприятия знакомым и родственникам.

Каждый из нас, вспоминая прожитое, обязательно выделяет в нем ключевые, важные и не очень, но — события, в которых формируется и проявляется наша личность, ее социальная природа и индивидуальные особенности. Философы склонны рассматривать человеческое существование и бытие в целом именно как событие [1, с. 10].

Ивенты представляют собой уникальные события, которые могут охватить различные сферы жизни, включая культуру, спорт, бизнес и развлечения. Как волшебное зеркало, ивенты отражают дух и культуру регионов, становясь не только центром привлечения туристов, но и мощным фактором экономического, социокультурного и экологического влияния. Они служат катализаторами развития событийного туризма, устремляя путешественников в новые горизонты и обогащая жизнь местных сообществ.

Ивент-туризм испытывает внушительное восхождение в мировой туристической индустрии, успешно вливаясь в профессиональный туризм в последние годы. Эта форма путешествий фундаментально базируется на планировании и участии в эксклюзивных событиях и мероприятиях, что придает ей неповторимый характер и привлекательность.

Термин «ивент» (англ. «event») в контексте организации мероприятий и событийных активностей стал широко использоваться в профессиональной сфере в конце XX века. Однако точного установления авторства термина «ивент» нет, так как он стал употребляться постепенно и эволюционировал со временем. Термин «ивент» стал популярным в индустрии организации мероприятий и туризма, где он используется для обозначения различных типов событий, включая конференции, выставки, фестивали, спортивные мероприятия, корпоративные встречи и многое другое. Использование термина «ивент» помогает выделить особую сущность организуемых мероприятий и подчеркнуть их значимость в контексте событийного туризма и развлекательной индустрии. С течени-

ем времени термин «ивент» приобрел широкое признание и использование в различных странах и культурах. Он стал частью профессиональной лексики и описывает мероприятия, которые специально создаются для удовлетворения потребностей и ожиданий участников и создания незабываемого опыта.

Так, в переводе с английского ивент (event) переводится как 1) мероприятие; 2) соревнование; 3) событие, происшествие; 4) случай [2].

Н. Н. Старцевой ивент определяется как профессионально спланированное и организованное событие в культурно-досуговой и маркетинговой сферах, предназначенное для определенного круга людей и являющееся для них значимым и уникальным, реализация которого ограничена во времени и пространстве и направлена на решение конкретных целей и задач, что обеспечивается использованием различных ресурсов [3, с. 13].

По мнению О. В. Алексеевой, ивент — развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приемов, световой техники, компьютерной графики и т. п. [4, с. 167].

В своей книге «Основы маркетинга» Ф. Котлер отмечает, что мероприятия событийного характера — это мероприятия, рассчитанные на донесение до целевых аудиторий каких-то конкретных обращений. С целью произвести на аудиторию тот или иной коммуникационный эффект отделы по связям с общественностью устраивают пресс-конференции, церемонии торжественного открытия, пуска и т. п. [5, с. 410].

Наиболее всеохватывающей интерпретацией служит объяснение У. Хальцбаура о том, что «понятие event отражает не некое объективно измеримое качество, но исключительный характер определенного мероприятия или события, воспринимаемый субъективно. Event возникает в сознании и чувствах тех, кто его переживает». Автор отмечает, что «event означает событие, однако включает в себя также смысловые оттенки благоприятного случая, исключительного происшествия, наиболее вероятного желаемого результата, мероприятия, спортивного состязания» [6, с. 16].

Ивент-туризм имеет значительное экономическое влияние на страны, регионы и города, где проводятся события. Этот вид туризма служит важным стимулом для развития туристической индустрии и способствует росту местной экономики. Взаимосвязь между ивент-туризмом и экономикой проявляется в нескольких аспектах (рис.):



Экономическое значение ивент-туризма.

Примечание: разработано автором

- прирост туристических доходов. Организация масштабных ивентов с привлечением международной аудитории приводит к резкому приросту туристических доходов. Гости, прибывающие на событие, тратят средства на проживание, питание, развлечения, сувениры и другие услуги, что способствует увеличению объема туристических расходов в регионе. Благодаря этому туризм становится одним из ключевых источников дохода для местных предпринимателей и сферы обслуживания;
- создание рабочих мест и развитие смежных отраслей. Организация ивентов требует участия широкого спектра специалистов и предоставляет значительное количество рабочих мест в различных отраслях, включая гостиничную индустрию, рестораны, транспортные компании, услуги развлечений и др. Рост спроса на туристические услуги также содействует формированию сопряженных сфер (сельское хозяйство, местное производство и розничная торговля);
- продвижение туристического бренда. Привлечение внимания крупных ивентов влияет на продвижение туристического бренда региона. Успешное проведение культурных, спортивных или деловых мероприятий ставит регион на карту мирового туризма, что способствует привлечению большего количества туристов в будущем. Такой позитивный образ содействует укреплению репутации региона, привлекает инвесторов и способствует развитию бизнес-туризма и конференц-индустрии;
- содействие инфраструктурному развитию. Проведение масштабных ивентов ставит перед организаторами и местными властями задачу совершенствования инфраструктуры и услуг. Вложения в развитие аэропортов, гостиниц, транспортных магистралей, а также другой туристической инфраструктуры стимулируют улучшение условий проживания и развлечений как для туристов, так и для местных жителей. Это способствует обновлению и модернизации региона, делая его более привлекательным для туристов и инвесторов;
- продвижение местного предпринимательства. Ивент-туризм способствует развитию местного предпринимательства и стимулирует рост малого и среднего бизнеса. Широкий спектр сопутствующих услуг, таких как кейтеринг, магазины сувениров, ремесленные мастерские и другие предприятия, находят свою аудиторию в потоках туристов. Это ведет к укреплению экономической структуры региона и содействует разнообразию экономических возможностей для местного населения;
- инновации и технологии. Ивент-туризм активно использует инновационные технологии для привлечения и удержания туристической аудитории. Например, виртуальные туры позволяют предоставить

- туристам возможность «прожить» мероприятие еще до его начала или после его окончания. Это способствует увеличению привлекательности ивент-туризма, особенно для туристов, которые не могут присутствовать лично на событии;
- устойчивый и ответственный ивент-туризм. Современные ивенты все больше обращают внимание на экологическую и социальную ответственность. Организаторы ивентов стремятся минимизировать отрицательные воздействия на окружающую среду, снизить потребление ресурсов и поддерживать устойчивое использование местных ресурсов. Кроме того, устойчивый ивент-туризм уделяет внимание включению местного населения в организацию и проведение мероприятий, что способствует развитию социокультурной интеграции и позитивно влияет на местное сообщество;
 - образовательные и культурные аспекты ивентов. Некоторые ивенты включают в свою программу образовательные мероприятия, семинары, мастер-классы и выставки. Это способствует распространению знаний, обмену опытом и стимулируют профессиональное развитие участников и зрителей. Культурные аспекты ивентов также могут быть расширены путем привлечения представителей местных культурных сообществ, что позволяет туристам лучше понять и воспринять местную культуру и традиции;
 - сотрудничество и партнерство. Организация крупных ивентов требует сотрудничества и партнерства между государственными организациями, частными компаниями, местными сообществами и организаторами мероприятий. Такое сотрудничество способствует разделению рисков и расходов, обмену опытом и знаниями, что делает организацию ивентов более эффективной и успешной;
 - интернационализация ивент-туризма. Многие ивенты становятся интернациональными, привлекая туристов со всего мира. Это способствует обогащению культурного опыта туристов и способствует развитию межкультурного понимания. Интернациональные мегаивенты также способствуют укреплению позиций страны или региона на мировой арене, улучшению имиджа и привлечению большего числа туристов в будущем;
 - культурная и социальная интеграция через ивенты. Ивенты становятся платформой

для культурной и социальной интеграции туристов и местного населения. Особенно это актуально для культурных и традиционных событий, которые позволяют туристам углубиться в уникальную атмосферу региона. Мероприятия, ориентированные на культурное наследие, способствуют сохранению и продвижению культурных ценностей, обучают туристов местным традициям и обычаям. Такие взаимодействия укрепляют межкультурное понимание, что способствует снижению межкультурных разногласий и созданию дружелюбной атмосферы.

Организация мегаивентов играет существенную роль в возрождении регионов, способствуя их восстановлению. Мегасобытия — это многоцелевые мероприятия, которые отражают процессы глобализации современной культуры, международных отношений, возрастающего влияния политики и экономики на их программу и подходы в организации и проведении [7, с. 108]. Они становятся мощным инструментом для продвижения и развития туристической индустрии и содействуют укреплению позиций дестинации на мировой карте туризма. Крупные мероприятия имеют способность привлекать внимание широкой аудитории как внутри страны, так и за ее пределами. Это позволяет регионам привлечь больше туристов и инвесторов. Одновременно они способствуют разнообразию и расширению туристических предложений, что делает дестинацию более привлекательной для различных категорий путешественников. При наличии у региона узнаваемого культурного или туристического бренда мегаивенты помогают укрепить этот бренд и подтвердить репутацию места как интересного и уникального для посещения.

Кроме того, мегаивенты становятся катализаторами для развития инфраструктуры и услуг в регионе. Необходимость обеспечить удобство и комфорт для многочисленных гостей и участников события стимулирует внедрение улучшений в гостиничные, транспортные и развлекательные услуги. Это приводит к долгосрочным позитивным изменениям, которые остаются после окончания мероприятия.

К примеру, Октоберфест в Мюнхене, где проводится самый большой праздник пива в мире с национальным немецким колоритом. Каждый год в течение 16 дней его проведения миллионы людей из разных стран съезжаются в Мюнхен, чтобы принять участие в этом знаменитом пивном празднике. Масштаб фестиваля впечатляет. Так, только в 2019 году Октоберфест посетило 7 млн человек. Они выпили почти 7 млн л пива, почти 95 тыс.

л вина, 42,5 тыс. л шампанского. Съели 116 бычков, 57 телят, 140 тыс. пар свиных колбасок, литровая кружка пива на Октоберфесте стоит примерно 9,5 евро, с которых примерно 1 евро идет официантам. Говорят, за две недели праздника официанты зарабатывают 5–6 тыс. евро. Неудивительно, что устроиться туда поработать очень трудно [8]. И если подсчитать, только от продажи пива этот регион в 2019 году заработал 66,5 млн евро. Другими словами, организация Октоберфеста оказывает существенное влияние на туристическую индустрию Мюнхена и его окрестностей. Успешное проведение такого крупного и узнаваемого события привлекает внимание со всего мира, повышая престиж и известность города. Это способствует привлечению новых потоков туристов и созданию позитивного имиджа Мюнхена как привлекательного места для посещения.

Репутацией одной из «праздничных» стран пользуется Италия. Самым популярным является карнавал в Венеции, который ежегодно проходит в феврале. В течение 10 дней в городе воссоздается праздничная атмосфера XVIII века — кавалькады, традиционные церемонии, всевозможные парады и маскарады без усталости сменяют друг друга на шумных и пестрых улицах. Ежегодно на карнавал в Венеции приезжают более 500 тыс. туристов из разных стран мира [9, с. 64].

В 2011 году Азербайджан впервые в истории достиг вершины на музыкальном конкурсе «Евровидение», выиграв главный приз, что впоследствии дало возможность стране организовать и провести это мегасобытие в 2012 году в городе Баку. И как отметил министр культуры и туризма Азербайджана «в течение 15 дней, во время которых проводился конкурс «Евровидение 2012», Азербайджан посетило более 100 тыс. туристов. Именно с туристической целью в это время Баку прибы-

ло более 50 тыс. человек. Они приехали в столицу Азербайджана наблюдать за «Евровидением 2012», чтобы стать частью этого музыкального праздника. Успешное проведение «Евровидения 2012» способствует еще большему потоку туристов в Азербайджан» [10].

Ежегодный карнавал в Бразилии — это мегасобытие, привлекающее внимание миллионов людей со всего мира и олицетворяющий дух страны. Он является выразительным символом бразильской культуры и страсти, и каждый год собирает толпы участников и зрителей, создавая непередаваемую атмосферу восторга и веселья. Карнавал 2023 года дал большой импульс туристическому сектору Бразилии в феврале, особенно международному туризму. По информации бразильского Центробанка, только за февраль иностранные туристы привнесли в экономику Бразилии 529 млн долл. Это лучший результат за последние четыре года [11].

В итоге, на основе вышеизложенного можно констатировать, что ивенты играют ключевую роль в развитии событийного туризма, оказывая положительное экономическое, социокультурное и экологическое влияние. Этот стратегический инструмент является сильным двигателем для привлечения новых туристических возможностей, укрепления имиджа региона и устойчивого развития туристической индустрии в целом. Дальнейшее развитие ивент-туризма требует совместных усилий от организаторов, местных властей, предпринимателей и общественности для создания незабываемых событий и обеспечения благополучия всех заинтересованных сторон. Более того, это сотрудничество поможет обеспечить поддержку и ресурсы, необходимые для успешной реализации ивентов, и создаст благоприятную атмосферу для туристического потока.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учебное пособие. СПб., 2010. 384 с. URL: https://www.hse.ru/data/2014/06/27/1308891826/Менеджмент_специальных_событий_на_1_корректуру.pdf (дата обращения: 23.10.2023).
2. Word Reference English-Russian Dictionary. URL: <https://www.wordreference.com/enru/event> (дата обращения: 23.10.2023).
3. Старцева Н. Н. Ивент-менеджеры как профессиональная группа: процесс формирования в современной России: автореф. ... дис. Екатеринбург, 2014. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01007516531.pdf (дата обращения: 23.10.2023).
4. Алексеева О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. 2011. № 6. Вып. 2 (186). С. 167–172. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-i-ivent-menedzhment/viewer> (дата обращения: 23.10.2023).
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.; СПб., 2007. 656 с. URL: https://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf (дата обращения: 23.10.2023).
6. Хальцбаур У. Event-менеджмент. М., 2007. 384 с.

7. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Мега-события как форма культурной дипломатии в странах СНГ // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2017. № 4 (20). С. 107–116. URL: <https://auspublishers.com.au/temp/0540666fbf5f913ec3f7843a42407828.pdf> (дата обращения: 23.10.2023)
8. Интересные факты о немецком пивном фестивале «Октоберфест». URL: <https://www.ganc-chas.by/by/page/novosti-germanii/888927112/> (дата обращения: 23.10.2023).
8. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учеб. пособие. М., 2008. 117 с. URL: <https://geo.tsu.ru/content/faculty/structure/chair/tourism/Фотогалерея/Бабкин%20Спец.%20виды%20туризма.pdf> (дата обращения: 23.10.2023).
9. За период «Евровидения 2012» Азербайджан посетило 103 тыс. туристов — Министр. URL: <https://1news.az/news/20120612124038466-Za-period-Evrovideniya-2012-Azerbaidzhan-posetilo-103-tys-turistov-Ministr> (дата обращения: 23.10.2023).
10. В Бразилии подсчитали экономический эффект от карнавала. URL: <https://rossaprimavera.ru/news/bd04bf36> (дата обращения: 23.10.2023).

REFERENCES

1. Tulchinsky G. L., Gerasimov S. V., Lokhina T. E. Management of special events in the field of culture: textbook. St. Petersburg, 2010. 384 p. URL: https://www.hse.ru/data/2014/06/27/1308891826/Менеджмент_специальных_событий_на_1_корректуру.pdf (date of access: 23.10.2023).
2. Word Reference English-Russian Dictionary. URL: <https://www.wordreference.com/enru/event> (date of access: 23.10.2023).
3. Startseva N. N. Event managers as a professional group: the process of formation in modern Russia. Abstract of the dissertation. Ekaterinburg, 2014. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01007516531.pdf (date of access: 23.10.2023).
4. Alekseeva O. V. Event tourism and event management. Russian Entrepreneurship. 2011. No. 6. Issue. 2 (186). Pp. 167–172. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynny-turizm-i-event-menedzhment/viewer> (date of access: 23.10.2023).
5. Kotler P. Marketing Basics. Short course. Moscow; St. Petersburg, 2007. 656 p. URL: https://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf (date of access: 23.10.2023).
6. Halzbaur U. Event management. Moscow, 2007. 384 p.
7. Bogolyubova N. M., Nikolaeva Yu. V. Mega-events as a form of cultural diplomacy in the CIS countries. Journal of National Security and Strategic Planning. 2017. No. 4 (20). Pp. 107–116. URL: <https://auspublishers.com.au/temp/0540666fbf5f913ec3f7843a42407828.pdf> (date of access: 23.10.2023).
8. Babkin A. V. Special types of tourism: textbook. allowance. Moscow, 2008. 117 p. URL: <https://geo.tsu.ru/content/faculty/structure/chair/tourism/Фотогалерея/Бабкин%20Спец.%20виды%20туризма.pdf> (date of access: 23.10.2023).
9. During the Eurovision 2012 period, 103 thousand tourists visited Azerbaijan — Minister. URL: <https://1news.az/news/20120612124038466-Za-period-Evrovideniya-2012-Azerbaidzhan-posetilo-103-tys-turistov-Ministr> (date of access: 23.10.2023).
10. In Brazil, the economic effect of the carnival was calculated. URL: <https://rossaprimavera.ru/news/bd04bf36> (date of access: 23.10.2023)

Поступила в редакцию: 26.10.2023.

Принята к печати: 20.12.2023.