

**Иванин Юрий Алексеевич,**  
студент филиала ЧОУ ВО «Московский университет имени  
С. Ю. Витте» в г. Нижнем Новгороде, г. Нижний Новгород  
[wowbox1994@gmail.com](mailto:wowbox1994@gmail.com)



## Особенности организации событийного туризма

**Аннотация.** Рассмотрены особенности формирования турпродукта в направлении событийного туризма, а также событийный календарь, его задачи, цели, значимость для событийного туризма и для туристической сферы. Представлены теоретические основы событийного туризма, особенности и классификация, а также плюсы событийного туризма для экономики туристических организаций.

**Ключевые слова:** событийный туризм, туризм, особенности организации, организация туризма.

**Раздел:** (04) экономика.

В последние годы событийные туры приобретают огромную популярность среди общества, этот вид туризма является в какой-то степени новым и, несомненно, одним из самых интересных направлений в туризме. Цель этих туров – посещение определенных событий, это могут любые тематические события, научные выставки международного уровня, спортивные мероприятия и т. д. Событийный туризм всегда будет интересен любому путешественнику, каждый найдет для себя то событие, которое он бы хотел посетить.

Событийный туризм охватывает все важные и интересные мероприятия, проходящие во всем мире. Наверняка любой футбольный болельщик мечтает посетить чемпионат мира по футболу, а любой киноман хотел бы посетить кинофестиваль. Думается, каждый хотел бы побывать на прекрасном красочном карнавале или полностью погрузиться в культуру страны и народа, узнав для себя что-то новое, интересное и получив незабываемые впечатления [1].

Событийный туризм в какой-то степени уникальный вид туризма, особенность его заключается в том, что он позволяет преодолевать сезонность отдыха в России, тем самым позволяя стабилизировать доход туристических организаций. Событийный туризм является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся видов туризма, он неисчерпаем по своему содержанию. Мнения экспертов сходятся в том, что в недалеком будущем участников событийного туризма будет гораздо больше, чем участников экскурсионного.

Цель данной работы – выявление особенностей формирования событийного тура, а также описание его основных преимуществ, классификация событийных туров по различным тематическим направлениям.

Событийный туризм является направлением относительно молодым, чрезвычайно интересным, а порой даже необычным. Уникальность событийных туров смогла сочетать в себе элементы традиционного отдыха и участие в крупных мероприятиях планеты. Событийный туризм – это постоянная атмосфера праздничного настроения, большое количество разных положительных эмоций, огромное разнообразие и индивидуальные условия отдыха. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма, который с каждым днём становится все популярнее. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события:

- событие международного уровня;

- событие национального уровня;
- событие областного уровня;
- локальное событие.

Событийный туризм также можно классифицировать по тематике:

- 1) события, носящие развлекательный характер (карнавалы, фестивали);
- 2) спортивные события (чемпионаты);
- 3) тематические события (кинофестивали, концерты);
- 4) события выставки (выставки часов или автомобилей);
- 5) религиозные события;
- 6) международные аукционы;
- 7) культурно-познавательные события.

Классификация по частоте проведения события:

- один раз в год;
- более одного раз в год;
- один раз в несколько лет.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Данный вид туризма затрагивает все потребительские сегменты, каждый для себя сможет найти фестиваль или выставку, которую хочет посетить или уже посетил, но хочет повторить.

Событийный туризм имеет большое экономическое значение для туристической сферы в целом. Проведение разного рода событий и мероприятий активизирует деятельность объектов туристической индустрии. Событийный туризм способствует возрождению местной культуры и обычаев, а также развивает народное творчество. Ежегодно событийный туризм пополняется новыми интересными событиями, уникальными и инновационными. Ярким примером популярных в современной России событий являются интерактивные выставки, например «ИгроМир» – интересное и популярное направление, которое на сегодняшний день собирает около 170 000 тысяч человек ежегодно (включая иностранных туристов). Также нужно обратить внимание на то, что выставка проводится уже на протяжении 12 лет и является ежегодной. Выставки подобного типа – перспективный туристический ресурс в рамках событийного туризма.

Стоит сказать и о небольших минусах событийного туризма, а точнее, об одном минусе – это невозможность точно и четко предсказать стабильность спроса на новые события, а также учесть все составляющие его проведения. Широкое многообразие событий, развитие общества, появление новых уникальных событий – всё это заставляет организаторов придумывать уникальные и необычные способы привлечения потенциальной публики. Кроме всего прочего, необходимо заострить внимание на обеспечении безопасности туристов, а также на их максимальном комфорте, что, в свою очередь, требует значительных вложений.

Событийные туры являются довольно дорогим удовольствием, не каждый сможет себе позволить посетить событие, которое ему интересно. Туроператоры серьезно рискуют собственными денежными средствами – бронируют места на крупные мероприятия международного или национального масштаба, так как бронирование билетов происходит за несколько месяцев, иначе билетов может просто не достаться [2].

При проектировании туристического продукта учитываются и прорабатываются все детали: расположение гостиницы, ее архитектура, интерьер в номерах гостиницы, пункты питания, близлежащие рестораны, магазины, достопримечательности в округе и многое другое. От данных условий непосредственно зависит цена тура.

Событийный туризм построен на четком определении концепции, хорошо подобранной программе и режессуре. В событийном туризме предусматривается возможность определенного участия туристом в событии. Стоит отметить, что организация событийного туризма целиком и полностью зависит от целевого события. Определившись с целевым событием, можно понять, какой будет сегмент потребителя, исходя из этого рассматривать подходящие средства размещения питания и т. д. Также это позволяет грамотно разработать систему продвижения и реализации тура. Ключевым преимуществом для туроператора в реализации данного тура будет предоставление туристам определенных дополнительных преимуществ, например проход за кулисы на каком-то концерте, тематические сувениры и т. д.

Во время разработки турпродукта в направлении событийного туризма туроператор может четко и ясно определиться с сегментом потенциального потребителя. Зная, для кого туроператор проектирует свой турпродукт, он может составить рекламную программу продвижения таким образом, что она покажет высокий уровень эффективности. Достаточно подчеркнуть уникальность события, охарактеризовать основные плюсы и предложить турпродукт на то или иное событие.

Как правило, событийные туры являются непродолжительным видом туризма, в среднем от двух до пяти дней. Также элементы событийного туризма могут присутствовать в других туристических поездках. Например, турист поехал в рекреационный тур и посетил там музыкальный концерт известной группы (в таком случае основной составляющей туристического продукта будет рекреационный тур, а посещение музыкального концерта – элементом событийного туризма) [3].

При организации событийного туризма нужно учесть следующие затрудняющие факторы, которые могут возникнуть:

- 1) затруднения с размещением больших групп;
- 2) ограниченный срок получения визы;
- 3) серьезные финансовые вложения;
- 4) малый срок проведения мероприятий (это касается карнавалов, спортивных событий и т. д.).

При разработке событийного тура нужно уделять повышенное внимание следующим факторам:

- 1) четкое определение временных рамок нахождения туриста на целевом событии;
- 2) разработка и проработка оперативного плана (куда идти, где питаться и т. д.);
- 3) учет всех элементов целевого события;
- 4) любые дополнительные услуги нужно оговаривать заранее, чтобы не возникло недопонимание с клиентом;
- 5) управление рисками и их проработка: любое дело не обходится без накладок, а тем более туристическая поездка в место проведения определенного события. Обязанность любого туроператора – предусмотреть все возможные риски и подготовить подходящие пути решения возникших проблем.

Для эффективного продвижения туристского продукта событийного содержания интерес представляют в первую очередь события, повторяющиеся с определенной периодичностью и представляющие интерес с точки зрения формирования образа-места в сочетании с образом-временем. Особую значимость в данном процессе имеют традиции и обычаи, сопровождающие их церемонии и обряды, нарабатываемые в обществе в течение длительного времени, которые в значительной мере определяют и регулируют жизнь и деятельность человека. Туризм активно использует сложившиеся традиции, события, обряды. Нередко они являются составной частью туристского продукта, но часто – и его основой. При

условии стабильно повторяющихся туров, в основе которых находится какое-либо событие, формируются устойчивые туристские потоки.

Также стоит отметить, что при продвижении событийного тура немаловажную роль играет масштаб события и его популярность. Если целевое событие имеет огромную популярность в международном или национальном аспекте, то это существенно упрощает программу продвижения тура. Многие туристы станут самостоятельно искать туристическую организацию, которая готова предоставить им турпродукт на данное событие.

Интенсивность событийного туризма целиком и полностью зависит от графика проведения массовых мероприятий в конкретной области. Событийный календарь – это определенного рода информационный носитель, который хранит в себе важную информацию о предстоящих событиях (международного, национального и регионального характера). Событийный календарь предназначен для туроператора и туристов. Основная цель событийного календаря – отсортировать и систематизировать информацию. Как правило, в нем обычно отображается вся информация о праздничных мероприятиях, в которых могут принять участие все желающие, дата и место проведения. При составлении событийного календаря учитываются события разного рода (события федерального значения, культурные события, международные и т. д.). Стоит отметить, что каждая туристическая организация по-своему создает свой событийный календарь, в котором отражаются события, наиболее значимые конкретно для данной организации, то есть события, с которыми организация планирует работать [4].

Цель событийного календаря заключается в том, чтобы создать благоприятные экономические условия для дальнейшего развития событийного туризма. Событийный календарь способствует развитию внутреннего и въездного туризма, помогает формировать новые экскурсионно-туристические программы, способствует развитию туристической инфраструктуры.

В последнее время мероприятия международного уровня стали очень важным и привлекательным государственным элементом политики. Развитые страны активно борются за право проводить мероприятия данного типа на своей территории (например, чемпионат мира по футболу). Такие мероприятия развивают инфраструктуру страны и привлекают иностранных туристов.

Одним из главных положительных качеств событийного туризма является его экономическая значимость и привлекательность для организаций. Данная особенность касается только тех стран, где бизнес имеет стабильное развитие и подкрепляется особенностями местной инфраструктуры. Рассмотрим одно из крупных событий международного уровня – Олимпиада. Олимпийские игры являются неким рентабельным бизнесом, дающим стране, которая проводит мероприятие, получить огромную прибыль, а также развивающим инфраструктуру, создавая определенный экономический импульс.

Событийный туризм, несомненно, один из самых перспективных и развивающихся видов туризма, который позволяет туристским организациям преодолевать сезонность и приносит стабильный доход. Организация событийного туризма в большей степени зависит от конкретного события, а также удивляет своим разнообразием. В России данный вид туризма находится на стадии развития, с каждым годом становится все больше событий, которые люди хотели бы посетить. Событийный туризм – один из видов туризма, который никогда не исчерпает себя. Он развивается вместе с обществом и всегда будет актуален. Стоит отметить, что событийный туризм положительно влияет на развитие туристической инфраструктуры. Он способствует строительству многих спортивных комплексов, новых средств размещения и т. д.



Стоит отметить темпы роста событийного туризма в РФ, они существенно отличаются от темпов роста данного вида туризма за рубежом. Это объясняется следующими факторами:

- 1) непонимание властями необходимости развития событийного туризма;
- 2) недостаток финансирования необходимой туристической инфраструктуры и отрасли в целом;
- 3) отсутствие государственной поддержки в развитии программы и концепции по созданию событийного туризма;
- 4) отсутствие высококвалифицированных кадров;
- 5) отсутствие должной безопасности в стране.

Событийный туризм оказывает огромное влияние на экономику региона, так как он способствует развитию инфраструктуры. В Нижегородской области в 2017 г. произошли глобальные изменения в туристической инфраструктуре. Было построено немало объектов для проведения спортивных мероприятий, произошло развитие транспортной инфраструктуры, открылись новые средства размещения. В совокупности вышеперечисленные факторы приведут к увеличению объемов событийного туризма в регионе и развитию внутреннего туризма в РФ. Такой большой шаг в развитии инфраструктуры Нижегородской области произошел из-за того, что в 2018 г. будет проходить спортивное событие международного уровня. Нижегородская область будет принимать иностранных туристов, что положительно скажется на экономике региона [5].

Чемпионат мира по футболу является наглядным примером того, как событийный туризм и события международного уровня влияют на экономику и инфраструктуру региона. Развитая инфраструктура, в свою очередь, повышает объемы событийного туризма в регионе, создает новые рабочие места, а также гарантирует рост налогового потенциала территории. С возникновением новых рабочих мест появляются высококвалифицированные специалисты, что, в свою очередь, развивает туристическую инфраструктуру региона и туристическую сферу страны в целом. Кроме того, событийный туризм улучшает имидж региона как благоприятной для проживания и экономически развитой территории, тем самым способствуя увеличению населения и расширению территории города.

Именно событийный туризм позволяет наиболее эффективно использовать туристские возможности региона, оптимизируя туристский поток в разное время года. Событийный туризм мотивирует на новые экономические импульсы в регионах и муниципальных образованиях.

Увеличивая объемы событийного туризма, Российская Федерация сможет существенно улучшить туристическую инфраструктуру страны, создать новые рабочие места, а также улучшить экономику, так как положительной чертой событийного туризма является его экономическая привлекательность для организаций. Событийный туризм позволяет преодолевать сезонность отдыха и приносить стабильный доход. Событийный туризм – один из видов туризма, который никогда не исчерпает себя, он развивается вместе с обществом и всегда будет актуален [6].

#### Ссылки на источники

1. Анисимков А. А., Платунова Е. А., Хорова П. А. К вопросу о роли массовых спортивных мероприятий при установлении межкультурного взаимодействия // Чемпионат мира FIFA по футболу – 2018: перспективы ожидания и эффекты наследия спортивного мегасобытия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Екатеринбург, 2017. – С. 46–50.
2. Декабрьская Я. Н., Крайнова О. С. Состояние и тенденции развития российского рынка делового туризма // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: сб. ст. по материалам II Междунар. науч.-практ. конф. – Н. Новгород, 2015. – С. 16–19.

3. Крайнова О. С. Инновационный потенциал сервисной логистики в управлении потоками предприятий индустрии туризма и гостеприимства: формирование системы ценностных уровней туристского продукта // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: сб. ст. по материалам II Междунар. науч.-практ. конф. – Н. Новгород, 2015. – С. 25–31.
4. Крайнова О. С. Современные технологии маркетинг-логистики в наращивании туристского потенциала региона // Современные проблемы управления природными ресурсами и развитием социально-экономических систем: материалы XII междунар. науч. конф.: в 4 ч. / под ред. А. В. Семёнова, Н. Г. Малышева, Ю. С. Руденко. – М., 2016. – С. 400–404.
5. Дукин Р. А. Чемпионат мира по футболу 2018: информационная подготовка городов-организаторов в медиапространстве // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2016. – № 4. – С. 116–128.
6. Кулинкович М. А., Крайнова О. С. Использование наследия международных спортивных мероприятий (на примере г. Казани) // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. – Н. Новгород, 2014. – С. 39–42.

**Yuri Yvanin,**

Student, Moscow Private University named after S. Yu. Witte, Nizhny Novgorod branch, Nizhny Novgorod  
[wowbox1994@gmail.com](mailto:wowbox1994@gmail.com)

#### Features of event tourism organization

**Abstract.** The features of the tourist product formation in the sphere of event tourism are considered, as well as the event calendar, its tasks, objectives, significance for event tourism and tourism in general. Theoretical bases of event tourism, features and classification, as well as the advantages of event tourism for the economy of tourist companies are presented.

**Key words:** event tourism, tourism, organization peculiarities, tourism organization.

#### References

1. Anisimkov, A. A., Platonova, E. A. & Horova, P. A. (2017). "K voprosu o roli massovykh sportivnykh meropriyatij pri ustanovlenii mezhdunarodnogo vzaimodejstviya", *Chempionat mira FIFA po futbolu – 2018: perspektivy ozhidaniya i jeffekty nasledija sportivnogo megasobytiya: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, Ekaterinburg, pp. 46–50 (in Russian).
2. Dekabr'skaja, Ja. N. & Krajnova, O. S. (2015). "Sostojanie i tendencii razvitija rossijskogo rynka delovogo turizma", *Industrija turizma i servisa: sostojanie, problemy, jeffektivnost', innovacii: sb. st. po materialam II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, N. Novgorod, pp. 16–19 (in Russian).
3. Krajnova, O. S. (2015). "Innovacionnyj potencial servisnoj logistiki v upravlenii potokami predpriyatij indusrii turizma i gostepriimstva: formirovanie sistemy cennostnykh urovnej turistskogo produkta", *Industrija turizma i servisa: sostojanie, problemy, jeffektivnost', innovacii: sb. st. po materialam II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, N. Novgorod, pp. 25–31 (in Russian).
2. Krajnova, O. S. (2016). "Sovremennye tehnologii marketing-logistiki v narashhivaniy turistskogo potentsiala regiona", in Semenov, A. V., Malyshev, N. G. & Rudenko, Ju. S. (eds.). *Sovremennye problemy upravlenija prirodnymi resursami i razvitiem social'no-jekonomicheskikh sistem: materialy III mezhdunar. nauch. konf.: v 4 ch.*, Moscow, pp. 400–404 (in Russian).
3. Dukin, R. A. (2016). "Chempionat mira po futbolu 2018: informacionnaja podgotovka gorodov-organizatorov v mediaprostranstve", *Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny*, № 4, pp. 116–128 (in Russian).
4. Kulinkovich, M. A. & Krajnova, O. S. (2014). "Ispol'zovanie nasledija mezhdunarodnykh sportivnykh mero-prijatij (na primere g. Kazani)", *Industrija turizma i servisa: sostojanie, problemy, jeffektivnost', innovacii*, N. Novgorod, pp. 39–42 (in Russian).

#### Рекомендовано к публикации:

Утёмовым В. В., кандидатом педагогических наук;  
Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,  
главным редактором журнала «Концепт»



[www.e-koncept.ru](http://www.e-koncept.ru)

Поступила в редакцию <i>Received</i>	26.01.18	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	20.02.18
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	20.02.18	Опубликована <i>Published</i>	29.03.18

Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2018

© Иванин Ю. А., 2018