

Событийный туризм: понятия, виды, классификация

***А.С. Бейсембинова, А.Е.Молдагалиева**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

*ardak_bs@mail.ru

Статья посвящена событийному туризму как перспективному направлению туристской деятельности, получившему широкую популярность в мире и находящемуся на стадии становления в Казахстане. На сегодняшний день можно точно утверждать, что событийный туризм выделяется среди других разновидностей туризма и отличается особой уникальностью. Стоит отметить еще и тот факт, что за непродолжительное время данный вид туризма приобрел небывалую популярность у нас в Казахстане, за счет проведения крупномасштабных мероприятий как Зимняя Универсиада -2017 в Алматы, EXPO-2017 в Астане.

Цель исследования – проанализировать теоретические аспекты событийного туризма и составить классификацию событийного туризма. В статье проанализированы работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам событийного туризма. Рассматривается понятийный аппарат, структура событийного туризма.

В основу методики исследования положен сравнительно-аналитический метод, заключающийся в выявлении, анализе и оценке сложившихся подходов в классификации событийного туризма. В результате исследования составлена классификация событийного туризма. Выделены шесть основополагающих критериев оценки событийного туризма, с учетом которых проведена классификация мероприятий событийного туризма (по масштабу события, по целям, по профессиональным направлениям, по составу участников, по типу организаторов).

Практическая значимость исследования определяется тем, что поднимаемые научные проблемы, непосредственно связаны с решением актуальных задач и могут найти применение в качестве основы для дальнейшего исследования событийного туризма.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, классификация, фестиваль, конкурс.

Event tourism: concepts, types, classification

*** A.S. Beisembinova, A.E Moldagalieva**

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty city, Kazakhstan

*ardak_bs@mail.ru

The article is devoted to event tourism as a promising area of tourist activity, which gained wide popularity in the world and is at the stage of becoming in Kazakhstan. For today it is possible to state precisely that event tourism differs among other varieties of tourism and is unique. It is worth noting also the fact that for a short time this type of tourism has gained unprecedented popularity in Kazakhstan, due to the holding of large-scale events like the Winter Universiade - 2017 in Almaty, EXPO-2017 in Astana.

The aim of the research is to analyze the theoretical aspects of event tourism and to make a classification of event tourism. In the article the works of domestic and foreign scientists devoted to the problems of event tourism are analyzed. The conceptual apparatus, the structure of event tourism is considered.

The research method is based on a comparative analytical method consisting in the identification, analysis and evaluation of the existing approaches in the classification of event tourism. As a result of the study, a classification of event tourism was compiled. Six basic criteria for the evaluation of event tourism have been singled out, taking into account the classification of

events of event tourism (by the scale of the event, by purpose, by professional directions, by the composition of participants, by the type of organizers).

The practical significance of the research is determined by the fact that the scientific problems raised are directly related to the solution of urgent problems and can be used as a basis for further research of event tourism.

Keywords: tourism, events tourism, classification, festival, competition.

Оқиғалық туризм: түсінігі, түрлері, жіктелуі

*** А.С. Бейсембинова, А.Е. Молдағалиева**

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан
*ardak_bs@mail.ru

Мақалада Қазақстанда қалыптасу кезеңінде бүкіл әлемге кеңінен танымал оқиғалық туризм қарастырылған. Бүгінгі күні оқиғалық туризм туризмнің басқа түрлерінен ерекшеленетінін және бірегей екенін айтуға болады. Сондай-ақ, аз уақыт ішінде бұл туризм түрі Алматыдағы Қысқы Универсиада – 2017, Астанадағы ЕХРО – 2017 сияқты ауқымды іс-шаралардың өткізілуіне байланысты Қазақстанда бұрын-соңды болмаған танымалдыққа ие болды.

Зерттеудің мақсаты – оқиғалық туризмнің теориялық аспектілерін талдау және оның жіктелімін құрастыру. Мақалада оқиғалық туризмнің мәселелеріне арналған отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері талданады. Тұжырымдамалық аппарат, оқиғалық туризмнің құрылымы қарастырылады.

Зерттеу әдісі – оқиғалық туризмнің жіктеуде қолданылатын тәсілдерді анықтау, талдау және бағалауды қамтитын салыстырмалы-талдау әдістері. Зерттеу нәтижесінде оқиғалық туризмінің жіктелуі ұсынылды. Оқиғалық туризмнің оқиғаларын жіктеуді ескере отырып, оқиғалық туризмді бағалаудың алты негізгі критерийі анықталды (оқиғаның ауқымы бойынша, мақсаты бойынша, кәсіптік бағыттар бойынша, қатысушылардың құрамы бойынша, ұйымдастырушылардың түрі бойынша).

Зерттеудің практикалық маңыздылығы көтерілген ғылыми проблемалар өзекті мәселелерді шешумен тікелей байланысты және оқиғалық туризмін одан әрі зерттеу үшін негіз ретінде пайдаланылуы мүмкін.

Түйінді сөздер: туризм, оқиғалық туризм, жіктелім, фестиваль, конкурс.

Введение

Термин «событийный туризм» был впервые использован департаментом туризма и общественности Новой Зеландии в 1987 году и закрепил связь между событиями и туризмом. В зарубежной литературе данный термин трактуют как важную альтернативу для дестинации, предпринимателей, а так же основную деятельность органов управления, которые желают увеличить поток туристов (Boorstin, 1994: 8-14).

Событийный, или ивент-туризм (от англ. event – событие, мероприятие) – довольно молодое и перспективное направление туристского бизнеса.

В настоящее время существует множество дефиниций понятия «событийный туризм». Рассмотрим некоторые из них.

Событийный туризм – направление очень молодое и чрезвычайно интересное. Главная цель поездки приурочена к какому-либо интересному или важному событию. Уникальные туры, сочетающие в себе участие в самых зрелищных мероприятиях планеты и традиционный отдых, постепенно завоевывают все большую популярность. При этом событие рассматривается как комплекс явлений, которые выделяются своей значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования (Александрова, 2010: 47-52).

Наиболее объёмным является определение событийного туризма, что: «под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» (Дементьев, 2007: 77-82).

Наиболее приемлемым, кратким и ёмким является определение, утверждающее, что «событийный туризм – это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия» (Дементьев, 2007: 77-82).

Именно потребность или необходимость присутствия во время события, желание увидеть, услышать или ощутить что-либо влечёт человека или группу людей преодолевать расстояния, доставляя себе удовольствие и принося организаторам прибыль.

Присутствие во время мероприятия рождает в человеке острое чувство сопричастности. Пребывание туристов, хотя бы и временное, в тесном окружении людей, на одном и том же событии, общность интересов позволяют многим из них преодолеть ощущение одиночества, разобщённости, особенно усилившиеся в последние годы за счёт глобальной привычки виртуального общения.

Таким образом, событие, или ивент – важнейший мотивирующий фактор и предопределяющая основа существования рассматриваемого вида туризма. Под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени. Туристский бизнес всегда активно использует события для привлечения туристов именно на событие и формирования туристского продукта (Александрова, 2010: 47-52).

Материал и Методы исследования

Среди зарубежных ученых вопросами событийного туризма занимались У. Хальцбаур (Хальцбаур, 2006: 10), Д. Гетц (Getz, 2005a: 16), (Getz, 2008b: 403–428), М. Бонн (Mark, 2008: 769-789), Б. Ритчи (Ritchie, 1984: 5-11), Л. Хойл (Hoyle, 2002: 156), Т. Маррис (Marris, 1987: 3-12) и др. Их исследования выделила событийный туризм в отдельную отрасль науки со своим терминологическим аппаратом, и стал рассматриваться как отдельное направление. Среди российских исследователей, которые занимались исследованием событийного туризма, можно выделить О.В. Алексееву (Алексеева, 2011: 167-170), Е.А. Лакомова (Лакомов, 2013: 5-16), Е. Пастухову (Пастухова, Семь фактов о событийном туризме), Ю.А. Кирееву (Киреева, 2010: 16–21), Г.П. Долженко (Долженко, 2007: 116–119), А.В. Зарванскую (Зарванская, Событийный туризм как динамично развивающееся направление в

современных условиях, 2013), А.Н. Воронина (Воронин, 2012: 40-43), Е. Г. Леонидову (Леонидова, Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка, 2015) и др.

Так, к примеру, Дональд Гетц, один из основоположников исследований в сфере событийного менеджмента, разграничивает три основные категории событийного туризма: «специальное событие - однократное или нечасто происходящее событие», «отличительное событие - крупное разовое или повторяющееся событие с ограниченным сроком действия, разработанное, в первую очередь, для повышения осведомленности, привлекательности и извлечения прибыли туристского направления в краткосрочной и/или долгосрочной перспективе» и «мега-событие» (Олимпийские игры, международные выставки) (Getz, 2005a: 16), (Getz, 2008b: 403–428).

В работе У. Хальцбаура под event понимается не просто мероприятие, а исключительное событие. Автор указывает, что event означает превращение мероприятия посредством внешних эффектов в нечто совершенно исключительное с точки зрения посетителей. В сфере event-менеджмента или управления событиями включаются вопросы, касающиеся того, что именно отличает подлинное событие и как таким событием управлять, как его планировать и последовательно осуществлять (Хальцбаур, 2006: 10-12).

Также следует отметить, что в отечественной литературе развитие событийного туризма рассматривается как направление в рамках других видов туризма, но не как отдельный, стремительно развивающийся туристский рынок, требующий научной и методологической трактовки.

В исследовании использованы общенаучные методы исследования в рамках системного подхода: метод системного анализа, контент-анализ научной литературы, структурно-логический анализ, графические методы представления информации, аналитические методы исследования.

Результаты и обсуждения

Комплексность туристских услуг раскрывается через их классификацию. Существует несколько классификационных подходов, основанных на различных признаках. С целью классификации событийного туризма необходимо установить его основные классификационные признаки.

Классифицировать виды событийного туризма можно по разным признакам, к важнейшим из которых относятся: цель туризма, временные, территориальные характеристики, тематика событий.

Основываясь на цели событийного туризма, можно выделить следующие виды (Александрова, 2010: 47-51.):

1. Рекламные мероприятия.
2. Информационные мероприятия.
3. Познавательные.
4. События для усиления социальных отношений.
5. Мероприятия для налаживания внутренних или внешних отношений.
6. Деловые встречи.

Исходя из целей, методов, территориального охвата, форм организации, событийный туризм может быть (Лакомов, 2013):

- 1) по масштабу действия: международный, национальный, региональный;
- 2) по международному статусу: внутренний и международный (въездной, выездной);
- 3) по количеству участников: групповой, индивидуальный, семейный;
- 4) по возрасту участников: детский, подростковый, молодежный, взрослый, для пожилых возрастов (так называемый «третий возраст»), смешанный и др.;
- 5) по характеру организации: регламентированный – характеризуется высоким уровнем обслуживания и определенной последовательностью посещения туристских объектов; нерегламентированный – может быть организованным или неорганизованным;

б) по длительности путешествия: длительный – более 3-х дней, кратковременный – менее 3-х дней.

Для организации событийного туризма необходимо учитывать тематику событий. Выделим основные группы фестивалей.

Фестивали произведений киноискусства обычно сопровождаются публичным показом фильмов и приездом их авторов. В ходе большинства фестивалей проводится конкурс фильмов, по результатам которого вручаются призы (гран-при, приз зрительских симпатий и прочие). Всего в мире насчитывается около 80-ти кинофестивалей. Самыми популярными и престижными кинофестивалями являются те, которые получили аккредитацию FIAPF (фр. Federation International des Associations de Producteurs de Films). На сегодняшний день аккредитацию FIAPF имеют 13 международных конкурсных кинофестивалей игровых фильмов: Берлинский кинофестиваль (Германия), кинофестиваль в Варшаве (Польша), Венецианский кинофестиваль (Италия), Каирский кинофестиваль (Египет), Каннский кинофестиваль (Франция), кинофестиваль в Карловых Варах (Чехия), кинофестиваль в Локарно (Швейцария), кинофестиваль в Мар-дель-Плата (Аргентина), Монреальский кинофестиваль (Канада), Московский кинофестиваль (Россия), Сан-Себастьянский кинофестиваль (Испания), Кинофестиваль в Токио (Япония), Шанхайский кинофестиваль (Китай) (Дементьев, 2007: 79-82).

Музыкальные фестивали – циклы концертов и спектаклей, объединённые общим названием, единой программой и проходящие в особо торжественной обстановке. Музыкальные фестивали различны по продолжительности (от нескольких дней до полугода) и содержанию. Существуют музыкальные фестивали монографические (посвящённые музыке одного композитора), тематические (посвященные определённому жанру, эпохе или стилистическому направлению), исполнительского искусства и др. Музыкальные фестивали проводятся регулярно (ежегодно, раз в 2-4 года) или в связи с какими-либо торжественными событиями. Устраиваются обычно в городах, славящихся музыкальными традициями, либо связанных с жизнью и деятельностью известных музыкантов. Известными музыкальными фестивалями являются фестиваль джаза в Монтре (Швейцария); фестиваль оперного искусства в Вероне (Италия); музыкальный конкурс «Евровидение»; международный музыкальный конкурс «Новая волна» в Юрмале (Латвия); музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского в Москве (Россия) и др. Театральные фестивали различных видов и жанров, например, в Цюрихе «Stromereien» (Швейцария), международный фестиваль «NITRA» в Нитре (Словакия) и др. (Вермель, 2014: 75–82).

Театрализованные и цирковые шоу, такие как, например, фестиваль «Цирк будущего» в Париже (Франция); шоу «Lord of the Dance» (Великобритания); праздник на льду, шоу «Mystery» (Германия); праздник на льду, шоу «Romanza», Вена (Австрия) и др. (Вермель, 2014: 75–82).

Фестивали и конкурсы танцев различных направлений и стилей (балет, балльные танцы, исторические, танцы латинской Америки, русские народные танцы, ритуальные, эротические, современные танцы и др.). Например, международный фестиваль классического балета имени Рудольфа Нуриева в Казани (Россия); молодежный балетный конкурс «Youth America Grand Prix» (США); международный фестиваль балета в Токио (Япония); международный фестиваль танца в Бирмингеме (Великобритания) и др.

Фестивали изобразительного искусства по самым различным видам искусства (скульптура, живопись, графика, фотоискусство, цифровая живопись, компьютерная графика, декоративно-прикладное искусство, микроминиатюра, каллиграфия, дизайн). Например, международный фестиваль песчаных скульптур в Мельбурне (Австралия), в Бланкенберге (Бельгия), «Sandsation» в Берлине (Германия) и др. (Вермель, 2014: 75–82).

Гастрономические фестивали включают презентации, дегустации кулинарных произведений, а также мастер-классы. Часто гастрономические фестивали сопровождаются шоу и развлекательными программами. Многие гастрономические фестивали проводятся на

основе национальной кухни, предоставляя возможность иностранным туристам познакомиться с кухней, а также с традициями и культурой народа.

Примерами гастрономических фестивалей являются международный фестиваль пива «Oktoberfest» в Мюнхене (Германия) – крупнейший в мире фестиваль пива; праздник молодого вина «Божоле Нуво» (Франция); парижский салон шоколада (Франция) и др. (Вермель, 2014: 75–82).

Фестивали и выставки цветов, как правило, проводятся в странах в определенный период, связанный с цветением каких-либо видов цветов. При этом климат является одним из главных факторов, влияющих на географию и период проведения подобных фестивалей. Например, выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); фестиваль хризантем (Япония); выставка тюльпанов (Нидерланды); фестиваль бонсай, Нара (Япония); фестиваль роз, Казанлук (Болгария) и др.

Модные показы, фестивали моды (например, «Men's Fashion», Париж (Франция); «Ready to Wear», Париж (Франция); «Milano Moda Donna», Милан (Италия) и др.) (Вермель, 2014: 75–82).

Фестивали юмора (например, «Cat Laughs», Килкенни (Ирландия); фестиваль юмора в Габрово (Болгария); фестиваль юмористических программ «Юрмалина» в Юрмале (Латвия)) (Вермель, 2014: 75–82).

Национальные фестивали и праздники (например, фестиваль Святого Патрика в Лондоне (Великобритания); фестиваль Святого Патрика в Дублине (Ирландия) фестиваль культур в Берлине (Германия)).

Необычные фестивали (например, фестиваль воздушных змеев в Таиланде; фестиваль пиратов, Джорджтаун (Каймановы острова); фестиваль близнецов, Твинсбург, (Огайо, США); парад сексуальных меньшинств «Pride Amsterdam» в Амстердаме (Нидерланды); парад военных татуировок в Эдинбурге (Великобритания)) (Вермель, 2014: 75–82).

Карнавалы – это особая группа праздников с переодеваниями и парадными шествиями, театрализованными играми. Карнавальное движение в мире переживает сегодня подлинный ренессанс: карнавалы появляются даже в таких «некарнавальных» странах, как, например, Япония или Финляндия. Современные карнавалы развиваются по двум исторически сложившимся направлениям: европейскому (традиции древнейших карнавалов Европы) и карибскому (карнавалы, возникшие на основе европейских под влиянием африканской культуры). Специалисты выделяют 11 различных типов традиционных карнавалов. Крупнейшие карнавалы с использованием грандиозных аллегорических конструкций и гигантских платформ проходят в городе Виареджио и Путиньяно (Италия), а также на Мальте и в Ницце (Франция). Самые грандиозные марди-гра-карнавалы проходят в Новом Орлеане (США), Патрасе (Греция), Санта Круз де Тенерифе (Испания), Колоне (Германия), Ден Боше (Нидерланды), Алосте (Бельгия), Риске (Хорватия), в Базеле и Цюрихе (Швейцария), Данкеркью (Франция). Самые красочные карибские и самбо-карнавалы – в Рио-де-Жанейро и Сальвадоре-де-Бахиа (Бразилия), Тринидаде и Тобаго, Неттинг Хилле (Великобритания), Куракао (Антилы), Корриентесе (Аргентина) и в Баранкуилло (Колумбия). Самые известные карнавалы проходят в Венеции (Италия), Пернике (Болгария), Итное (Словения) и Струмице (Македония). Вновь созданные праздники и возрожденные вносят значительный вклад в развитие и создание национальной культуры (Лакомов, 2013: 5-16; Бразильский карнавал, Самые известные карнавалы мира, Карнавал в Бразилии, Венецианский карнавал и его история, Барышева, 2012: 115-122).

В 1980 г. была основана Ассоциация европейских карнавальных городов – Foundation of European Carnival Cities (FECC). Основополагающими целями деятельности FECC являются сохранение и пропаганда карнавальных традиций, как важной части культурного наследия человечества, содействие развитию карнавального движения в странах Восточной Европы. Деятельность Ассоциации была высоко оценена Европейской комиссией, и с 2000 г. FECC находится под патронажем Комитета Еврокомиссии по образованию и культуре (Берекет, 2012: 163).

Выставки, организуемые при проведении конгрессов, выполняют функцию иллюстрирующих и дополняющих экспозиций. Организация таких выставок поддерживается государством и дипломатическими каналами. Посетители таких выставок обычно не так многочисленны, но представляют собой круг высококвалифицированных специалистов.

Основное отличие ярмарки от обычного рынка заключается в том, что в ее рамках запрещена продажа товаров с выносом, т.е. торговля осуществляется строго по образцам, хотя сам образец по ее окончании может быть продан. Наиболее известными международными ярмарками признаны Ганноверская международная ярмарка, международные ярмарки во Франкфурте-на-Майне, в Лейпциге, Париже, Милане, Брюсселе и др. (Корнеева, 2011: 86).

Ярмарки и выставки – считаются международными при значительном количестве иностранных участников (обычно не менее 10%) и посетителей-специалистов (обычно не менее 5%). На международных ярмарках и выставках демонстрируются основные предлагаемые товары и услуги одной или нескольких отраслей [28].

Спортивный событийный туризм включает в себя, посещение и организацию спортивных событийных и культурно-зрелищных мероприятий. В настоящее время в огромном потоке спортивного событийного туризма спортсмены и их сопровождающие их лица составляют не большую часть, в основном они это болельщики. Возьмём в пример матчи по футболу чемпионатов Европы, на них присутствуют до нескольких десятков тысяч болельщиков команд прибывших из другой страны. Выезды на спортивные мероприятия, как правило, не сопровождаются большими денежными тратами и весьма кратковременны. Но из-за массовости мероприятия, дают соответствующей стране весьма ощутимый туристский доход. Международные спортивные состязания, такие как: чемпионаты мира и континентов, Олимпийские игры, универсиады, привлекают огромное количество людей (Шарафанова, 2014: 18). Проходившая Зимняя Универсиада-2017 в Алматы привлекла также много туристов.

Также существует классификация мероприятий по частоте событий и числу посетителей (Рисунок 1). Ниже продемонстрирована данная классификация, по которой следует, что каждая из четырех категорий мероприятий (периодические мегасобытия, регулярные традиционные события, региональные события, локальные события) направлены на привлечение определенного потока туристов.



Рисунок 1. Классификация мероприятий по частоте событий и числу посетителей (Marris, 1987: 3-12)

Как правило, мероприятия местного характера вызывают небольшой интерес для зарубежного туриста, и тем более они не привлекают большой поток людей, т.к. представления в основном направлены на развлечение местных жителей, традиции и ритуалы в большинстве случаев понятны только узкому кругу лиц. Напротив, ежегодные периодические мероприятия или мегасобытия, как например, Олимпийские Игры или ежегодное Евровидение ожидают миром сообществом, т.к. все в предвкушении находятся граждане разных стран, страна-хозяйка мероприятия тщательно готовится к будущему потоку туристов, которые требуют огромных вливаний в инфраструктуру и затрат связанных с организацией мероприятия мирового масштаба (Marris, 1987: 3-12).

Изучив событийный туризм, составлена классификация событийного туризма по основным признакам (Рисунок 2). Выделены шесть основополагающих критериев оценки событийного туризма, с учетом которых проведена классификация мероприятий событийного туризма (по масштабу события, по целям, по профессиональным направлениям, по составу участников, по типу организаторов).

Естественно, что классификация по таким признакам – вещь условная, т.к. все формы и виды туризма находятся в сложном взаимоотношении и взаимопроникают одни в другие. Важно обнаружить ведущий признак и рассмотреть его в сочетании с сопутствующим признаками. Классификация туризма имеет большое научное и практическое значение. С предъявлением новых требований к качеству и объему туристского обслуживания и появлением новых разновидностей туризма она находится постоянно в процессе совершенствования и не может считаться окончательной (Ердаветов, 2010: 175).

Также, чтобы полностью раскрыть содержание событийного туризма и проанализировать его основные виды, приведем определения типов событий в таблице 1.

Таблица 1

Типы событий в событийном туризме (составлен авторами на основе источников (Александрова, 2010: 47-52.; Marris, 1987: 3-12)

Типы событий	Определение
Фестиваль	массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства.
Карнавал	вид народных гуляний с уличными шествиями, театральными играми – проходит под открытым небом.
Ярмарка	регулярный рынок широкого значения, которая (независимо от ее наименования) в соответствии с обычаями страны, на территории которой она проводится, представляет собой крупный рынок товаров широкого потребления и (или) оборудования.
Олимпийские игры	крупнейшие международные комплексные спортивные соревнования современности, которые проводятся каждые четыре года.
Чемпионат мира	состязание на звание чемпиона. В событийном туризме самым популярным событием является Чемпионат мира по футболу.
Модный показ	событие, которое демонстрирует последние коллекции модных вещей.
Аукцион	публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона.
Парад	торжественное прохождение различных коллективов, организаций, движений или партий.
Выставка	публичное представление достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Понятие может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия.

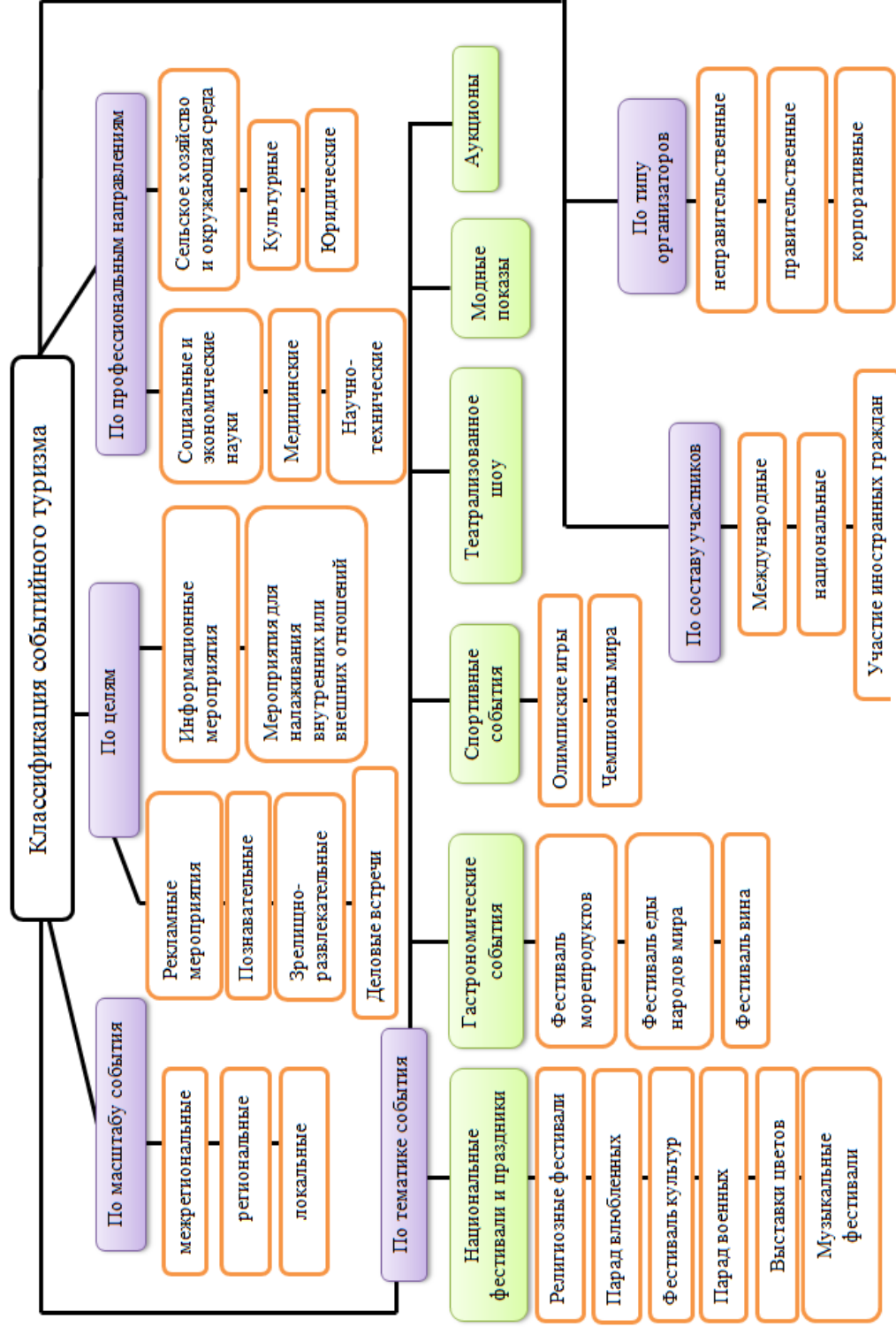


РИСУНОК 2

Выводы

Исходя из вышеприведенного материала, можно сделать вывод: событийный туризм – это уникальный вид туризма, так как вбирает в себя множество предложений, событий, для туристов практически любой целевой аудитории. Казахстан – страна с большими перспективами для развития событийного туризма. За годы независимости страна сделала себе имидж на мировой арене. Этому доказательство прошедшие крупномасштабные события как Саммит ОБСЕ (Астана, 2010), Зимние Азиатские игры (Астана, Алматы, 2011), Конгресс УЕФА (Астана, 2014), Зимняя Универсиада-2017 (Алматы, 2017), ЭКСПО-2017 (Астана, 2017). Мировой опыт показывает, что иногда крупные события могут вести страну в кризис, но в то же самое время сделать пиар страны. С каждым годом уровень развития туризма в стране повышается. Событийный вид туризма имеет огромные перспективы в Казахстане. Результатом исследования теоретического материала в области событийного туризма является составление классификации событийного туризма, позволяющая упорядочить знания и глубже познать сущность мирового туристского потока.

Литература

1. Александрова А.А. Событийный туризм в мире // Экономическое возрождение туризма, 2010. - № 1. - С. 47-52.
2. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 6. – С. 167-172
3. Boorstin D. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America / D. Boorstin // Harper, New York, 1994 – 452 p.
4. Барышева А. В. Знаменитые карнавалы: учебное пособие/ – 3-е изд. – М.: Дрофа, 2012. – С. 180.
5. Берекет В. М. История карнавалов и фестивалей.- СПб., 2012. - 250 с.
6. Вермель М. В. Применение зарубежного опыта в организации крупных фестивалей. – М.: Дашков и К, 2014. – С. 75–82.
7. Бразильский карнавал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brasil-russia.ru/karnaval-v-brazilii/> Бразилия карнавал (Дата обращения: 10.10.2017).
8. Венецианский карнавал и его история [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mylitta.ru/382-of-venice.html> (Дата обращения: 18.04.2017).
9. Воронин, А.Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации [Текст] / А.Н. Воронин, И.В. Крылова, Г.А. Громова // Вестник НАТ. — 2012. — № 2. — С. 40—43.
10. Getz, D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism management. – 2008. – № 29. – P. 403–428.
11. Getz, D. Event Management and Event Tourism // Cognizant Communication Corporation, 2005. – 499 p.
12. Дементьев С., Хвилер Я. Событийный туризм // Турбизнес, 2007. - №1. С. 77-82.
13. Долженко, Г. П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России [Текст] / Г. П. Долженко, А. В. Шмыткова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – № 6. – С. 116–119.
14. Ердаuletov С.Р. География туризма. –Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 412 с.
15. Зарванская, А.В. Событийный туризм как динамично развивающееся направление в современных условиях [Электронный ресурс] / А.В. Зарванская, В.А. Чернобровкин // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», 15 февраля – 31 марта 2013 года. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3214.pdf>
16. Карнавал в Бразилии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brasil-russia.ru/karnaval-v-brazilii/>(Дата обращения: 26.04.2017).
17. Киреева, Ю. А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке [Текст] / Ю. А. Киреева // Научный вестник МГИИТ. – 2010. – № 6. – С. 16–21.
18. Корнеева Р.М. Выставочно-ярмарочная деятельность в мире. - М.: Дрофа, 2011. - 160 с.

19. Лакомов Е.А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Гос. ун-т упр. - М., 2013. — 27 с.
20. Лакомов Е.А. Классификация видов событийного туризма//Вестник Университета. - М.: ГУУ - 2013.-№3-0,5 п.л.
21. Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка [Электронный ресурс] / Е. Г. Леонидова // Universum: Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. – 2015. – № 7 (18). – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307> (Дата обращения: 26.04.2017)
22. Mark A. Bonn. A comparison of three economic impact models for applied hospitality and tourism research // Tourism economics. 2008. -№14 (4). -p. 769-789.
23. Marris T. The role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development // Resolutions of the 37th Congress of the AIEST. Calgary: Revue de Tourisme, 1987. - P. 3-12.
24. Организация Олимпиад и Чемпионатов мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m.365info.kz/2015/07/pochemu-almaty-proigrat-..> - Олимпиада- 11/ (Дата обращения: 20.10.2017).
25. Пастухова, Е. Семь фактов о событийном туризме [Электронный ресурс] / Е. Пастухова. – Режим доступа: <http://азбука-туриста.рф/vidy-aktivnogo-turizma/7-faktov-o-sobytiynom-turizme>.
26. Ritchie B. Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues // Journal of travel research. 1984. - №23 (1). - P. 2-11.
27. Самые известные карнавалы мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.molomo.ru/inquiry/famous_carnivals.html/ (Дата обращения: 21.04.2017).
28. Hoyle L. Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions.- New York: John Wiley and Sons, Inc., 2002 252 p.
29. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаусе Б., Мозер Р., Целлер М. Event-менеджмент. - М.: Эксмо, 2006 – 384 с.
30. Шарафанова Е.Е. Спортивно-событийный туризм и развитие территорий: монография / Е.Е. Шарафанова, Е.В. Печерица, А.М. Житлов. — СПб.: Изд-во СПбГиЭУ, 2014. — 155 с.

References

1. Aleksandrova A.A. (2010) Sobytiynyy turizm v mire [Eventive tourism in the world] Economic revival of tourism, 2010. - No. 1.- P. 47-52.
2. Alekseyeva O.V. (2011) Sobytiynyy turizm i ivent-menedzhment [Event tourism and event management] Russian Entrepreneurship. - 2011. - Volume 12. - No. 6. - P. 167-172
3. Voorstin D. (1994) The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. Harper, New York, – 452 p.
4. Barysheva A.V. (2012) Znamenityye karnavaly [Famous carnivals]: a textbook / - 3rd ed. - М.: Drofa - P. 180.
5. Bereket V.M. (2012) Istoriya karnavalov i festivaley [The history of carnivals and festivals] .- SPb., - 250 p.
6. Vermel' M.V. (2014) Primeneniye zarubezhnogo opyta v organizatsii krupnykh festivaley. [Application of foreign experience in the organization of major festivals]. - М: Dashkov and K - P. 75-82.
7. Brazil'skiy karnaval [Brazilian Carnival] [Electronic resource]. - Access mode: <http://brasil-russia.ru/karnaval-v-brazilii/> Brazil carnival (Date of circulation: 10.10.2017).
8. Venetsianskiy karnaval i yego istoriya [Venetian carnival and its history] [Electronic resource]. - Access mode: <https://mylitta.ru/382-of-venice.html> (Date of circulation: 18.04.2017).

9. Voronin, A.N. (2012) Teoreticheskiye i metodicheskiye aspekty razvitiya sobytiynogo turizma v destinatsii [Theoretical and methodical aspects of development of event tourism in destination] A.N. Voronin, I.V. Krylova, G.A. Gromov // Herald of NAT. - № 2. - P. 40-43.
10. Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism management. – № 29. – P. 403–428.
11. Getz, D. (2005) Event Management and Event Tourism. Cognizant Communication Corporation. – 499 p.
12. Dement'yev S., Khviler YA. (2007) Sobytiynyy turizm [Event tourism] // Turbusiness, 2007. - №1. Pp. 77-82.
13. Dolzhenko, G.P. (2007) Sobytiynyy turizm v Zapadnoy Yevrope i vozmozhnosti yego razvitiya v Rossii [Event Tourism in Western Europe and the Possibilities of Its Development in Russia] // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii. North-Caucasian region. Series: Social Sciences. - 2007. - No. 6. - P. 116-119.
14. Yerdavletov S.R. (2010) Geografiya turizma. [Geography of tourism] - Almaty: Kazak universiteti – 412 p.
15. Zarvanskaya, A.V. Sobytiynyy turizm kak dinamichno razvivayushcheyesya napravleniye v sovremennykh usloviyakh [Event tourism as a dynamically developing direction in modern conditions] [Electronic resource] Proceedings of the V International Student Electronic Scientific Conference "Student Scientific Forum", February 15 - March 31, 2013. - Access mode: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3214.pdf>
16. Karnaval v Brazilii. [Carnival in Brazil] [Electronic resource]. - Access mode: <http://brasil-russia.ru/karnaval-v-brazilii/>(Date of circulation: 04/26/2017).
17. Kireyeva, YU.A. (2010) Sobytiynyy turizm kak novoye napravleniye na sovremennom turistskom rynke [Event-based tourism as a new direction in the modern tourist market]. Scientific Bulletin of the Moscow State Institute of International Relations. - No. 6. - P. 16-21.
18. Korneyeva R.M. (2011) Vystavochno-yarmarochnaya deyatel'nost' v mire. [Exhibition and fair activities in the world]. - M.: Drofa. - 160 with.
19. Lakomov Ye.A. (2011) Povysheniye konkurentosposobnosti regionov Rossii na osnove razvitiya uslug po sobytiynomu turizmu [Increase of competitiveness of Russian regions on the basis of development of services on eventful tourism]: Author's abstract. dis. ... cand. econ. sciences. Gos. un-t control. - M., 2013. - 27 p.
20. Lakomov Ye.A. (2013) Klassifikatsiya vidov sobytiynogo turizma [Classification of the types of event tourism] // Bulletin of the University. - M.: GUU.-№3-0.5 p.p.
21. Leonidova, Ye.G. (2015) Sobytiynyy turizm kak novoye napravleniye rossiyskogo turistskogo rynka Event tourism as a new direction of the Russian tourist market [Electronic resource] Universum: Economics and jurisprudence: electron. scientific. Journal. - No. 7 (18). - Access mode: <http://7universum.com/en/economy/archive/item/2307> (Date of contact: 26/04/2017)
22. Mark A. Bonn. (2008) A comparison of three economic impact models for applied hospitality and tourism research // Tourism economics. -№14 (4). -p. 769-789.
23. Marris T. (1987) The role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development // Resolutions of the 37th Congress of the AIEST. Calgary: Revue de Tourisme. - P. 3-12.
24. Organizatsiya Olimpiad i Chempionatov mira [Organization of the Olympics and World Championships] [Electronic resource]. - Access mode: [https://m.365info.kz/2015/07/pochemu-almaty-proigrat- ... - Olympiad-11 /](https://m.365info.kz/2015/07/pochemu-almaty-proigrat-...-Olympiad-11/) (Date of circulation: 20.10.2017).
25. Pastukhova, Ye. Sem' faktov o sobytiynom turizme [Seven facts about event tourism] [Electronic resource] - Access mode: <http://азбука-туриста.рф/vidy-aktivnogo-turizma/7-faktov-o-sobytiynom-turizme>.
26. Ritchie B. (1984) Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues // Journal of travel research. - №23 (1). - P. 2-11.

27. Samyye izvestnyye karnavaly mira [The most famous carnivals of the world] [Electronic resource]. - Access mode: http://www.molomo.ru/inquiry/famous_carnivals.html/ (Date of circulation: 21.04.2017).
28. Hoyle L. (2002) Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. New York: John Wiley and Sons, Inc., 252 p.
29. Khal'tsbaur U., Yyettinger E., Knause B., Mozer R., Tseller M. Event-menedzhment. - M.: Eksmo, 2006 – 384 p.
30. Sharafanova Ye.Ye. (2014) Sportivno-sobytiynyy turizm i razvitiye territoriy: monografiya [Sport-event tourism and development of territories: monograph] Sharafanova, E.V. Pecheritsa, A.M. Zhitlov. - SPb .: Publishing house SPbGiEU - 155 p.