

Литература

1. Авиакомпания «Аэрофлот». URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru> (дата обращения: 14.11.2018).
2. Динамика курса акций ОАО Аэрофлот (руб., MOEX) // Яндекс.Новости. URL: <https://news.yandex.ru/quotes/89.html> (дата обращения: 14.11.2018).
3. Неводова И.А., Ушаков И.А. Показатели, характеризующие инвестиционную привлекательность организаций // Экономика и Бизнес: Теория и Практика. 2018. № 5-1. С. 189–192.
4. Чайников В.В., Куликов И.В. Современный механизм воспроизводства основных производственных фондов // Вестник Российского нового университета. 2014. № 2. С. 62–67.

Literatura

1. Aviakompaniya "Aeroflot". URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru> (data obrashcheniya: 14.11.2018).
2. Dinamika kursa aksij ОАО Aeroflot (rub., MOEX) // Yandeks.Novosti. URL: <https://news.yandex.ru/quotes/89.html> (data obrashcheniya: 14.11.2018).
3. Nevodova I.A., Ushakov I.A. Pokazateli, kharakterizuyushchie investitsionnyuyu privlekatel'nost' organizatsij // Ekonomika i Biznes: Teoriya i Praktika. 2018. № 5-1. S. 189–192.
4. Chajnikov V.V., Kulikov I.V. Sovremennyy mekhanizm vosproizvodstva osnovnykh proizvodstvennykh fondov // Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. 2014. № 2. S. 62–67.

DOI: 10.25586/RNU.V9276.19.03.P.093

УДК 334

А.А. Ахмятжанова

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ
СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Рассматривается понятие событийного туризма, его специфика, краткая история развития в России, особенности распространения и популярности. Анализируется его влияние на туризм, причины его распространения. Описываются популярные разновидности событийного туризма в нашей стране. Делается вывод о том, что событийный туризм является стимулом для развития туристской инфраструктуры.

Ключевые слова: событийный туризм, инфраструктура, разновидности событийного туризма, туристская привлекательность.

А.А. Akhmyatzhanova

ANALYSIS OF THE MAIN TRENDS
IN THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM

The article discusses the concept of event tourism, its specificity, a brief history of its development in Russia, especially its distribution and popularity. Analyzed its impact on tourism, the causes of its spread. Describes popular varieties of event tourism in Russia. It is concluded that event tourism is an incentive for the development of tourist infrastructure.

Keywords: event tourism, infrastructure, event tourism varieties, tourist attraction.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. События встраиваются в существующий социально-культурный ландшафт и выступают катализатором процесса интеграции, популяризации ценностей, важным инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов.

Событийный туризм – это направление туризма, в котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным мероприятиям. Специфика событийного туризма состоит в том, чтобы предоставить путешественникам зрелищный и насыщенный отдых, связанный с определенными событиями [4]. Стоит отметить, что туристы, посещающие регион с целью стать участником события, являются потенциальными потребителями и других видов туризма в регионе.

Специальные мероприятия (special events) всегда прельщают большое количество туристов, что позволяет сформировать туристскую привлекательность дестинации и повысить ее конкурентоспособность [2]. Развитие событийного туризма повышает конкурентоспособность туристской индустрии за счет проявления синергетического эффекта, который формируется путем развития отдельных видов туризма и соответствующей инфраструктуры [3].

С этой точки зрения событийный туризм тесно связан с другими видами туризма, специализированную инфраструктуру которых он использует. Однако для событийного туризма может специально создаваться собственная инфраструктура, например, крупномасштабные спортивные мероприятия, такие как Олимпийские игры, требуют строительства новых спортивных объектов именно для этих мероприятий. Впоследствии

вновь созданная инфраструктура может быть использована для спортивного туризма, не связанного с какими-либо грандиозными событиями. Другими словами, событийный туризм может не иметь четко определенной собственной инфраструктуры, но обычно способствует развитию инфраструктуры туризма [3].

Для гостей участие в традиционных культурных мероприятиях – это лучший способ проникнуться духом места, которое они посетили. Событийный туризм предполагает максимальное погружение в традиции посещаемого региона. Кроме того, событийные туры всегда очень насыщены, турист получает больше положительных впечатлений, чем от обычной поездки в курортный регион. Поэтому значительное количество путешественников отдает предпочтение событийному туризму [1].

В России событийный туризм известен издавна. На Руси устраивали гулянья, масовые языческие мероприятия, позже демонстрации и парады. Но в нашей стране событийные мероприятия носили не зрелищный, а скорее религиозный или политический характер. Их цель – поддержать дух народа, объединить и сплотить население. Отдельные направления событийного туризма получили развитие в советской и российской истории. Так, ярчайшим примером международного событийного туризма являются Всемирные фестивали молодежи и студентов, дважды проходившие в СССР. Первый такой фестиваль в 1957 г. собрал 34 000 человек из 131 страны мира и стал важнейшим стимулом для всплеска интереса к СССР со стороны иностранных туристов. Другой яркий пример событийного туризма в Советском Союзе – Летние Олимпийские игры 1980 г., которые посетили туристы со всего мира.

С распадом СССР и упразднением государственной идеологии событийный ту-

ризм получил новый виток развития. Из российских городов, активно осваивающих событийный маркетинг, кроме Москвы и Санкт-Петербурга можно выделить Екатеринбург, Краснодар, Омск, Новосибирск, Приморский край и др. Так, например, в Новосибирске, помимо различных выставок и концертных проектов, ежегодно проводится Международный градостроительный форум и Международный инновационный форум Interra, в рамках которого проходит конкурс на лучшие проекты в сфере территориального маркетинга.

В настоящее время Россия является страной, в которой проводятся одни из самых масштабных и популярных событийных мероприятий в мире. В 2009 г. страна принимала крупнейший музыкальный конкурс «Евровидение», важнейшими спортивными событийными мероприятиями стали Зимние Олимпийские игры – 2014 в Сочи, Чемпионат мира по хоккею с мячом – 2016, Кубок конфедераций – 2017, Чемпионат мира по футболу – 2018. Это лишь малая часть примеров крупнейших международных событийных мероприятий нашей страны.

По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2017 г. на долю России пришлось 3,6% от всех туристов в Европе, всего их было 671,7 млн человек, средний чек поездки составлял 770 долл. Сегодня событийный туризм становится все более популярным, факторы его развития – доступность, насыщенность, всесезонность. Однако, чтобы привлечь туристов для посещения ими различных мероприятий, относящихся к событийному туризму, необходимо выполнить несколько важных действий:

1. Упростить визовый режим. Главное, что нужно сделать, – устранить основной барьер в виде сложной процедуры полу-

чения визы иностранными туристами. Сейчас в качестве пилотного проекта на Дальнем Востоке действует электронная виза. Пока этот процесс еще не опробован и находится в разработке, поэтому о влиянии на турпоток говорить рано, но когда эта система будет внедрена по всей России, въездной поток из стран ЕС и США непременно увеличится. Реализация автоматизированного прохода границы, введение электронной визы и электронной миграционной карты предусмотрены в плане мероприятий федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика». В Министерстве экономического развития Российской Федерации полагают, что упрощение визового режима может увеличить на 20–30% поступления в бюджет от турбизнеса, которые оцениваются в 10 млрд долл. в год.

2. Отрегулировать цены. Наряду с визами нужно пересмотреть и ценовую политику отелей на время крупных фестивалей. Например, на время Кубка конфедераций и Чемпионата мира по футболу – 2018 вступило в силу постановление о государственном регулировании цен на проживание в гостиницах городов-участников, не позволяющее превышать заданный лимит по разным категориям отелей и номеров. Данному примеру необходимо следовать и в регионах, потому как Москва и Санкт-Петербург и так считаются популярными среди туристов местами для посещения, а вот региональным городам целесообразно это сделать для привлечения на свои события гостей из-за рубежа.

Итак, в событийном туризме каждый человек выбирает свое мероприятие для посещения. Заядлые спортсмены и болельщики часто бывают на играх, романтики любят выставки и концерты, а любознательные туристы, для которых важна

история, отправляются на национальные праздники. Особый интерес представляют гастрономические фестивали, они интересуют не только любителей вкусной еды, но и всех туристов, желающих попробовать новые или национальные блюда и напитки.

Организация и проведение событийных мероприятий должны выступать стимулом для развития туристской инфраструктуры для различных субъектов рынка. Это по-

зволит привлечь инвесторов и даст возможность поднять сферу туризма на качественно новый уровень. Событийный туризм позволяет максимально эффективно использовать все преимущества регионов, объединяя в единый продукт временные (концерты, представления, фестивали) и постоянные (музеи, исторические памятники, достопримечательности) туристские аттракции.

Литература

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Оценка конкурентоспособности туристской дестинации на основе кластерного подхода // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. 2011. № 11 (59). С. 114–124.
3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Предпринимательство и конкуренция в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2010. 136 с.
4. Нарута Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11-6. С. 1158–1162.

Literatura

1. Babkin A.V. Spetsial'nye vidy turizma. Rostov n/D.: Feniks, 2008. 252 s.
2. Morozov M.A., Morozova N.S. Otsenka konkurentosposobnosti turistskoj destinatsii na osnove klaster'nogo podkhoda // Vestnik Rossijskogo gosudarstvennogo torgovo-ekonomicheskogo universiteta. 2011. № 11 (59). S. 114–124.
3. Morozov M.A., Morozova N.S. Predprinimatel'stvo i konkurenciya v turizme: monografiya. M.: Rossijskij novyj universitet, 2010. 136 s.
4. Naruta Ya.S., Garina T.A. Sobytiyjnyj turizm: ponyatiya, vidy, klassifikatsiya // Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovanij. 2016. № 11-6. S. 1158–1162.

DOI: 10.25586/RNUV9276.19.03.P.096

УДК 330.341

В.Я. Белобрагин, Т.И. Зворыкина

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ СТАНДАРТИЗАЦИИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ*

Рассматриваются институциональные подходы к взаимодействию стандартизации и инновационной деятельности. Оцениваются положительные и отрицательные факторы взаимодействия. Иллюстрируются результаты изучения зарубежного опыта, полученного в целях поиска путей развития добросовестной конкуренции. Делается вывод о возможности применения стратегии алого

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект № 19-010-00422/19.