

Статья. ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ - 2. Туристский рынок, его современное состояние и прогноз развития

УДК 338.48

Мартышенко Н.С.

**ИВЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ
ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса.

690014 г. Владивосток, улица Гоголя 41

UDK 338.48

Martyshenko N.S.

**EVENT-MARKETING AS THE TOOL OF ADVANCEMENT TOURIST
TERRITORY**

Vladivostok state university of economy and service.

690014 Vladivostok, Gogol's street 41

В работе раскрывается содержание событийного туризма. Представлена классификация ивентов и преимущества ивент-стратегии формирования позитивного имиджа туристского региона.

Ключевые слова: ивент, событийный маркетинг, событийный туризм, ивент-стратегия.

In work the maintenance event-tourism reveals. Classification vent and advantages of event-strategy formation positive image tourist region is presented.

Keywords: event, event-marketing, event-tourism, event-strategy.

В последние годы ивент-маркетинг или событийный маркетинг стал активно использоваться при формировании маркетинговой стратегии регионов. Элементы ивент-маркетинга известны и применяются давно, но сейчас методы и приемы управления уникальными событиями начали складываться в отдельное научное направление.

Событийный маркетинг – инструмент, который позволяет удерживать и привлекать посетителей и инвесторов. Многие города и регионы за рубежом уже давно успешно используют этот инструмент. События являются важнейшим мотивирующим фактором в туризме. Они оказывают заметное влияние на развитие, маркетинговых планов и конкурентоспособность большинства туристских территорий [1-5].

Развитие туризма напрямую связано с развитием брендинга региона. Событийный маркетинг – это эффективный инструмент для продвижения эксклюзивных отличий региона: образ, имидж, бренд, репутация. Каждая территория в мировой рейтинговой практике оценивается по показателям частоты, масштаба и притягательности происходящих здесь событий.

Событийный туризм – это вид туризма связанный с посещением туристской территории в определенное время и связанный с каким-либо событием. Под событием понимается совокупность явлений, выделяющихся своей неординарностью и значимостью для человечества в целом, данного сообщества, малых групп или индивидуумов. События могут иметь характер разового неповторимого явления или повторяться с определенной периодичностью.

Плановые события или ивенты – это пространственно-временные феномены, каждый из них уникален вследствие взаимодействия окружающей обстановки, публики, систем управления, включая разработку отдельных элементов и программы.

Единой классификации ивентов пока не выработано. Разнообразие видов и форм организации плановых мероприятий можно сгруппировать по девяти направлениям (рис. 1).

Событийный туризм предоставляет уникальный шанс стать не только свидетелем, но и участником значимых событий в мире спорта, культуры и искусства. Ивенты привлекательны тем, что они всегда разные и никогда не повторяются. Турист имеет возможность побывать в определенном месте в определенное время для того, чтобы получить исключительные впечатления.

Событийный туризм, сочетая в себе традиционный отдых и участие в самых интересных мероприятиях в мире, постепенно завоевывает все большую популярность. Для событийного туризма характерны атмосфера праздника, незабываемые впечатления и индивидуальные условия отдыха. Главной особенностью событийного туризма является возможность приобщения к множеству ярких неповторимых моментов, впечатление от которых турист может пронести через всю жизнь. Эмоциональная составляющая многократно усиливается эффектом единого эмоционального подъема, охватывающего большие группы участников мероприятия.



Рис. 1. Классификация ивентов

Событие – это тот же туристский продукт и чтобы его продать с наибольшей выгодой, нужна определенная маркетинговая стратегия. Часто во

время мероприятия удастся организовать прямые продажи сувениров и другой продукции, связанной с событием. Сувениры способствуют закреплению остаточного впечатления от мероприятия и проявлению эффекта экстерналии.

Мероприятия происходящие в рамках организованного события не всегда несут прямую выгоду. Часто такие мероприятия высокочатратны или очень высокочатратны, требующие сосредоточения ресурсов целой страны. Поэтому такие события можно рассматривать как инвестиционные проекты. Как и любой инвестиционный проект события могут и не оправдать ожидания инвесторов (например, организация олимпиады в Афинах).

Эффективность ивента определяется не только качеством подготовки самого события, но и этапом подготовки и использованием впечатлений, оставленных после завершения самого мероприятия (рис. 2) [6].

Особенностью событийного туризма в России является то, что он ежегодно обновляется и пополняется новыми событийными турами, которые со временем переходят из разряда случайных в разряд регулярных. Событийный туризм является уникальным видом туризма по широте и разнообразию форм и типов мероприятий, с ним связанных. Ряд экспертов полагает, что в будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

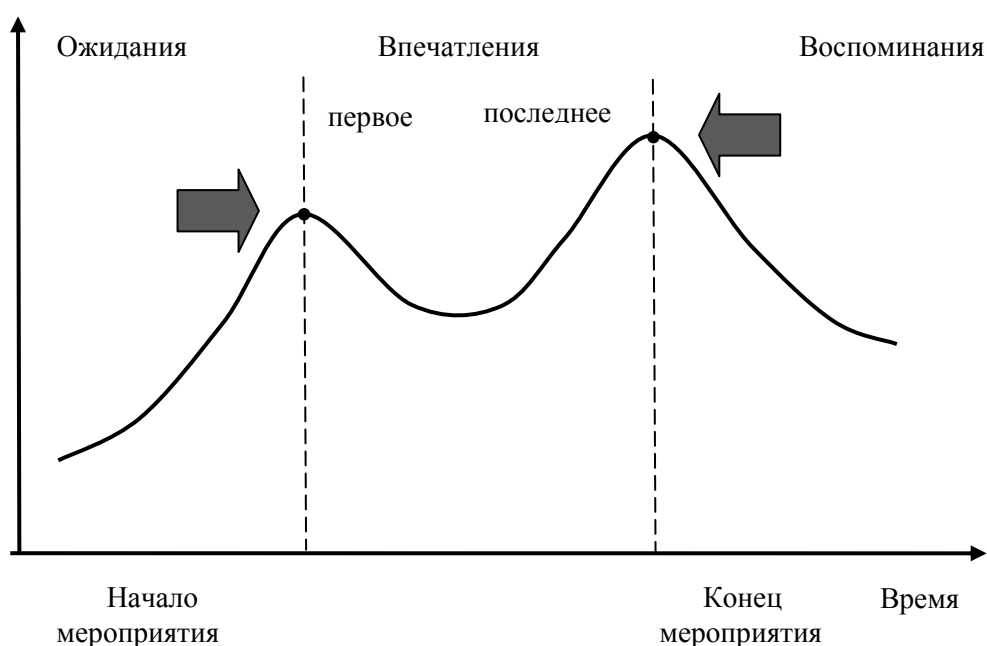


Рис. 2. Схема формирования впечатлений от мероприятия

Ивенты Приморского края

В любом регионе России происходит множество массовых мероприятий, которые могли бы быть привлекательны для зарубежных туристов. Рассмотрим примеры ивентов Приморского края:

- научные конгрессы, форумы и выставки (рис. 3, рис. 4);
- уникальные природные явления и экологические праздники (рис. 5, рис.6, рис. 7);
- патриотические региональные праздники (рис. 8, рис. 9, рис. 10);
- традиционные российские национальные праздники (рис. 11);
- традиционные национальные праздники малых народов Приморского края (рис. 12);
- религиозные праздники (рис. 13);
- международный кинофестиваль и музыкальные фестивали (рис. 14, рис.15, рис. 16, рис. 17);
- профессиональные праздники (рис. 18), рис. 19);
- съезды фанатов (рис. 20);
- зрелищные шоу-мероприятия (рис. 21, рис. 22);
- международные спортивные состязания (рис. 23, рис. 24, рис. 25, рис.26, рис. 27);
- международные события мирового масштаба (рис. 28).

Приведенный список далеко не охватывает все массовые мероприятия Приморского края. Отдельные мероприятия рассмотрены в работах автора [7, 8].



Рис. 3. На V международном экологическом форуме «Природа без границ»



Рис. 4. Экспозиция XV юбилейной международной выставки «Дальтур - 2011»



Рис. 5. Карнавальное шествие в День тигра во Владивостоке



Рис. 6. Трудовыми подвигами отметили приморцы и гости края «День Кедра» в 2012 году.

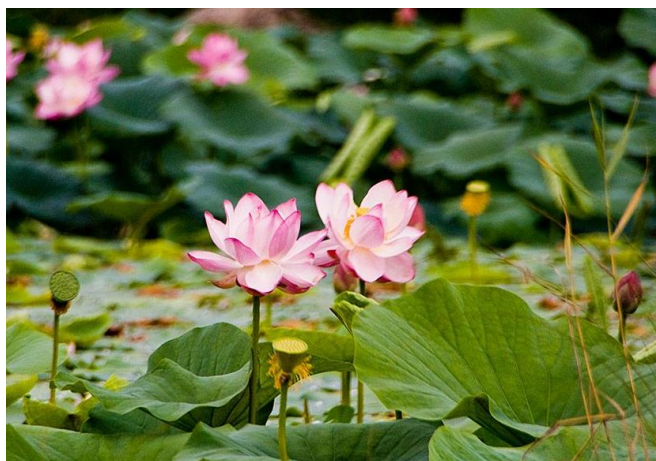


Рис. 7. В Приморском крае уже сложилась традиция отмечать цветение лотоса

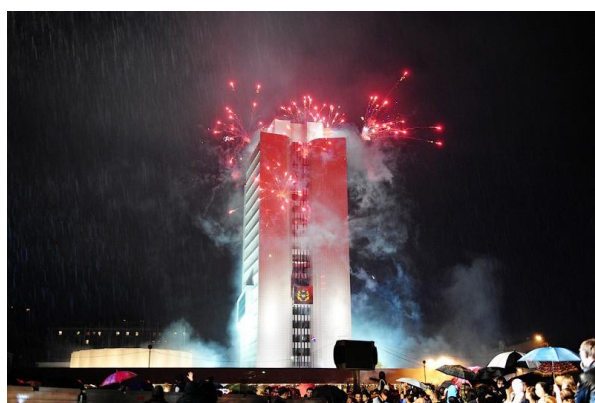


Рис. 8. Праздничный фейерверк во Владивостоке в День города



Рис. 9. Парад военных кораблей во время празднования Дня Военно-морского флота во Владивостоке



Рис. 10. В День Победы 9 мая во Владивостоке проводится церемония коленопреклонения



Рис. 11. Традиционные гуляния на праздновании «Масленицы»



Рис. 12. Этнические праздники малых народов, проживающих в Приморском крае



Рис. 13. Празднование Пасхи во Владивостоке



Рис. 14. Владивосток в очередной раз принял гостей международного кинофестиваля «Меридианы Тихого»



Рис. 15. Выступление звезд рок-фестиваля «Мосты»



Рис. 16. Во Владивостоке в 2011 году прошел первый международный рок-фестиваль «Zabriskie point fest»



Рис. 17. Демократическая обстановка царит на фестивале бардовской песни «Славянский берег»



Рис. 18. С размахом празднуют день рыбака в Приморском края



Рис. 19. В день пограничника «погранцы» демонстрируют свою выучку



Рис. 20. Участники международного фестиваля байкеров «На краю земли» остались довольны мероприятием



Рис. 21. Фестиваль огненного шоу «Around the world»



Рис. 22. Фестиваль воздушных змеев «Все выше и выше!»



**Рис. 23. В парусных регатах во Владивостоке участвуют сотни яхт
различного класса**



Рис. 24. Парусные соревнования популярны даже зимой



Рис. 25. Соревнования по аквабайку во Владивостоке проходит в нескольких номинациях



Рис. 26. В Приморском крае проходят все виды автомобильных гонок, кроме формулы-1



Рис. 27. Проект спортивно-технического комплекса «Приморское кольцо – Примринг»



Рис. 28. Рабочее заседание лидеров экономик АТЭС

Заключение

В настоящее время в России имеющиеся возможности развития ивентуризма используются в малой степени. Нам даже не нужно придумывать какие-то мероприятия, необходима только правильно организовать продвижение их во внешней среде.

Продвижению массовых мероприятий способствуют публикации в СМИ, обсуждения на телевидении и представление информации в Интернет. Поэтому организаторы должны работать в тесном контакте с журналистами, формирующими интерес и отношение к мероприятию.

Для продвижении территории массовые мероприятия должны регулироваться и поддерживаться администрацией региона. Мероприятия должны носить системный характер. Для этого необходимо анализировать сложившиеся мероприятия на территории региона и способствовать их популяризации. Необходимы консолидированные действия местной администрации и бизнес-структур [7, 8]. При организации международных мероприятий важно изучать позитивный опыт других стран [9, 10].

Литература:

1. Алексеева О.В. Разработка маркетинговой стратегии ивента //Event-маркетинг. – (2012). – №1.– С. 10-18
2. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6 Вып. 2 (186). – С. 167-172.
3. Андрианова Н.А. Феномен «ивент» в социальном и научном контексте // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2010. – №3. – С. 201-209.
4. Дмитриев Д.В. Специфика событийного туризма как сегмента регионального рынка туристских услуг // Мир экономики и права. – 2011. – № 10. – С. 52-55.
5. Манихин А.А. Понятие, сущность и преимущества событийного маркетинга // Российское предпринимательство. – 2010. – № 3 Вып. 1 (154). – С. 69-72.
6. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management // А. В. Шумович. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
7. Мартышенко Н.С. Формирование Ивент-стратегии развития въездного туризма в Приморском крае // Ивент маркетинг. – 2012. – №3. – С. 178-197.
8. Мартышенко Н.С. Саммит АТЭС 2012 во Владивостоке – большое видится на расстоянии // Ивент маркетинг. – 2013. – №1. – С. 66-72.

9. Мартышенко Н.С., Катриченко Е.Е. Условия и тенденции развития международного туризма в Южной Корее // Практический маркетинг – 2012. – № 12. С. 33-48.

10. Мартышенко Н.С. Конкурентное позиционирование предложения территориального туристского продукта Приморского края в Северо-Восточной Азии // Экономика и предпринимательство. – 2011. – №5. С. 153-163.

References:

1. Alekseyva O.V. Working out marketing strategy event // Event-marketing. - (2012). - №1. - pp. 10-18.

2. Alekseyva O.V. Event-tourism and event-management // Russian business. - 2011. - № 6 V. 2 (186). - With. 167-172.

3. Andryanova N.A. Phenomenon «event» in a social and scientific context // Bulletin of the St.-Petersburg university. A series 9: Philology. Oriental studies. Journalism. - 2010. - №3. - pp. 201-209.

4. Dmitriev D.V. Specificity event-tourism as segment of the regional market of tourist services // Economy and right World. - 2011. - № 10. - pp. 52-55.

5. Manyhyn A.A. Concept, essence and advantages event marketing // Russian business. - 2010. - № 3 V. 1 (154). - pp. 69-72.

6. Shumovich A.V. Magnificent actions: Technologies and practice event management // - M: god-sends, Ivanov and Ferber, 2008. - 336 P.

7. Martyschenko N.S. Formation of event-strategy of development of entrance tourism in Primorski Territory // Event marketing. - 2012. - №3. - pp. 178-197.

8. Martyschenko N.S. Summit APEC 2012 in Vladivostok - big sees on distance // Event marketing. - 2013. - №1. - pp. 66-72.

9. Martyschenko N.S., Katrichenko E.E. Condition and the tendency of development of the international tourism in South Korea // Practical marketing - 2012. - № 12. pp. 33-48.

10. Martyshenko N.S. Competitive positioning of the offer of a territorial tourist product of Primorski Territory in Northeast Asia // Economy and business. - 2011. - №5. pp. 153-163.

Дата отправки: 18.09.2013

© Мартышенко Н.С.