

Алексеева Ольга Валентиновна

аспирантка, Российская международная академия туризма, г. Псков
b-blackberry@yandex.ru

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ И ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ¹

Аннотация

Статья посвящена исследованию взаимосвязи событийного туризма и ивент-менеджмента. Рассмотрена сущность событийного туризма, даны основные определения. Представлены подходы к классификации ивентов. Обосновано влияние ивентов на развитие туризма.

Ключевые слова: событийный туризм, событийный менеджмент, менеджмент туризма, ивент

Ивент (от *англ.* event – событие) – 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. Процесс, во время которого планируется, готовится и создается специальное мероприятие. Как и любая другая форма организации, она охватывает оценку, определение, сбор данных, локализацию, управление, контроль и анализ времени, финансов, персонала, услуг и других ресурсов и объектов. Слово «ивент» еще не зафиксировано в русскоязычных этимологических словарях, так как оно появилось в русском языке сравнительно недавно. В советское время чаще употреблялось понятие «культурно-массовое мероприятие».

Событийный туризм

Понятие ивента включает в себя событие, мероприятие, церемонию и шоу. (1)

Событие – важнейший мотивирующий фактор в туризме. Ивенты заметно влияют на развитие и маркетинговые планы большинства туристских мероприятий. Роль и влияние заранее спланированных событий в сфере туризма подтверждены документально, особенно большое воздействие ивенты оказывают на конкурентоспособность туристской дестинации. Событийный туризм как отрасль упрочился в научном сообществе и индустрии туризма два десятилетия назад, что повлекло последующий впечатляющий рост данного сектора.

Рассмотрим событийный туризм. С точки зрения потребителя следует

¹ Материал из серии «Аналитические обзоры». – Прим. ред.

понятие ивента включает

в себя событие,

мероприятие,

церемонию и шоу

определить, кто и зачем путешествует для посещения разного рода ивентов, какие туристы посещают ивенты в своих путешествиях. Также следует выяснить, чем занимаются во время своего путешествия так называемые «ивент-туристы» и сколько они тратят. В данном подходе со стороны спроса следует выделить отдельно и вклад ивентов в формирование позитивного имиджа туристской дестинации.

Со стороны предложения, дестинации развиваются, продвигая и рекламируя различные виды ивентов для выполнения следующих функций: привлечение туристов (особенно в низкий сезон), ускорение возрождения городов, увеличение туристской вместимости дестинации и развития инфраструктуры туризма, формирование благоприятного имиджа дестинации и внесение вклада в развитие территории как благоприятного места для проживания, работы и инвестирования.

Ивенты и ивент-менеджмент

Также как и событийный туризм, событийный или ивент-менеджмент – это быстрорастущая профессиональная область, в которой туристы – это потребители на потенциальном рынке запланированных мероприятий, а индустрия туризма стала заинтересованным лицом в их успехе и привлекательности. Но не все события должны быть ориентированы на туризм, так как некоторое опасение вызывает потенциальное негативное воздей-

ствие, связанное с принятием маркетинговой ориентации. Также у ивентов есть и другие цели и задачи, включая формирование общества, возрождение городов, культурное развитие, поощрение национальных особенностей.

Запланированные события или ивенты – это пространственно-временной феномен, каждый из них уникален вследствие взаимодействия окружающей обстановки, публики, систем управления, включая разработку отдельных элементов и программы. Привлекательность ивентов заключается в том, что они всегда разные, никогда не повторяются. И вам нужно побывать там, в определенном месте в определенное время для того, чтобы получить исключительные впечатления. Кроме того, существуют «виртуальные ивенты», представляющие интерес и ценность для потребителей и индустрии туризма. Коммуникации осуществляются посредством разнообразных средств массовой информации.

Каждый ивент создается с определенной целью и то, что когда-то было сферой индивидуальной или общественной инициативы, стало обла-

...ивент-менеджмент –

это быстрорастущая

профессиональная

область, в которой

туристы – это потребители

на потенциальном

рынке запланированных

мероприятий

тью профессионалов и предпринимателей. И причины здесь очевидны: ивенты очень важны, они выполняют множество стратегических целей и зачастую очень рискованно оставлять их организацию и проведение непрофессионалам.

Ивент-менеджмент – это прикладная область изучения и пространство профессиональной практики, посвященное планированию, проведению и управлению специальными мероприятиями, такими, как фестивали, всевозможные празднования, развлечения, политические и государственные события, спортивные и связанные с искусством ивенты, мероприятия которые относятся к бизнесу и корпоративным делам (встречи, совещания, выставки), мероприятия которые относятся к частным (свадьбы, вечеринки, социальные семейные мероприятия).

Классификация ивентов

В табл. (см. ниже) представлена типология основных категорий ивентов, разделение осуществлено по критерию

их формы, что представляет очевидную разницу в их целях и программах. Некоторые из них представляют собой общественные праздники (программы таких мероприятий очень разнообразны, главной целью является воспитание и поощрение гражданской гордости и сплоченности населения), в то же время другие виды ивентов создаются для развлечения, забавы, соревнований, бизнеса или общения. Для проведения таких мероприятий требуются определенные условия и возможности. Таким образом, управляющие специализированных средств и оборудования (например, конгресс центры, спортивные арены) задействованы в проведении и организации определенных типов ивентов. Ассоциации профессионалов и карьерное продвижение традиционно неразрывно связаны с этими типами ивентов. (2)

Разработана дифференцированная многомерная система классификации ивентов (см. рис. 1 на с. 170). Основой классификации являются следующие признаки: целевая аудитория, концепция ивента, организация ивен-

Таблица

Типология ивентов

Культурные торжества: – фестивали; – карнавалы; – памятные церемонии; – религиозные праздники	Политические и государственные: – саммиты; – политические события; – визиты VIP -персон	Бизнес и торговля: – встречи, совещания; – ярмарки, выставки
Искусство и развлечения: – концерты; – церемонии	Образовательные и научные: – конференции; – семинары; – практические занятия	Спортивные соревнования: – среди профессионалов и любителей; – для зрителей и участников
Развлекательные: спорт и игры для развлечения	Частные ивенты: – свадьбы; – вечеринки; – встречи	

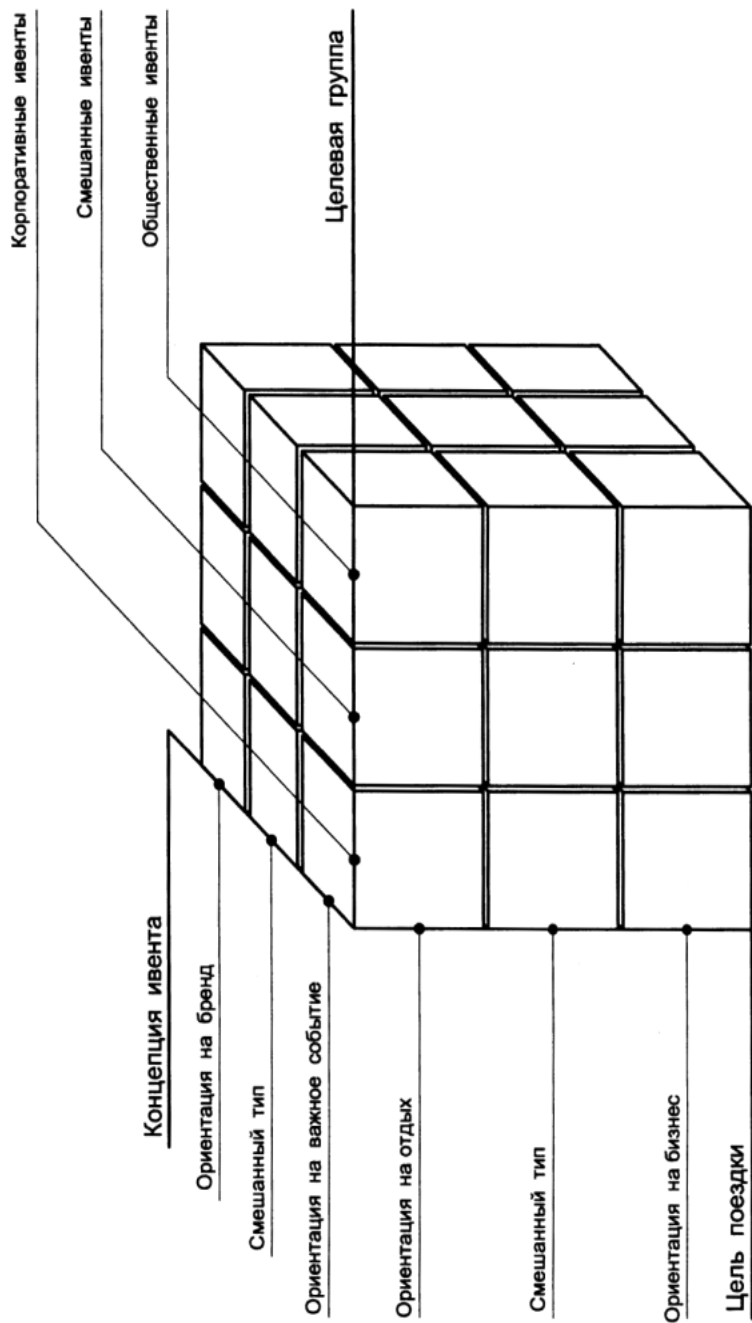


Рис.1. Дифференцированная многомерная система классификации ивентов

та. Первый признак фокусируется на дифференциации целевой аудитории. Таким образом, мы различаем корпоративные, общественные ивенты, в зависимости от того, на кого ориентировано проводимое мероприятие. Существует также и смешанный тип – к нему относятся выставки, ярмарки, в которых могут принять участие все желающие. Вторым признаком классификации является тематика ивента или цели поездки. Здесь мы различаем деловые ивенты с ориентацией на бизнес, ивенты, нацеленные на отдых и рекреацию. В этой категории также существует и смешанный тип – это ивенты, сочетающие в себе отдых, развлечение и информативный компонент. Третья категория основана на общей

концепции ивента. Это могут быть мероприятия, связанные с каким-либо брендом или важным событием. Также бывают и смешанные концепции, включающие в себя и бренд, и событие. (3) Данная трехмерная модель наряду с классификацией ивентов отражает и основные составляющие событийного туризма: здесь мы видим цели поездки, контингент, сущность события.

Взаимосвязь менеджмента туризма и ивент-менеджмента

Таким образом, событийный туризм и событийный менеджмент неразрывно связаны между собой. На рис. 2 (см. ниже) представлена взаимосвязь менеджмента туризма и ивент-менеджмента. (4)



Рис.2. Взаимосвязь событийного туризма и ивент-менеджмента

Соприкосновение ивент-менеджмента и менеджмента туризма происходит при организации массовых специальных мероприятий, привлекающих большое количество участников в целях развития туристской дестинации. Событийный туризм объединяет спортивный, культурный, бизнес туризм, так как цель поездки приурочена к конкретному событию или мероприятию. Разработкой, планированием и проведением ивентов занимается такая отрасль как ивент-менеджмент. Изучением потребностей туристов, развитием туристской дестинации занимается менеджмент туризма. Объединив эти две области знаний, мы получаем событийный туризм, который, в свою очередь, продвигает туристскую дестина-

цию через проводимые событийные мероприятия или ивенты.

Литература

1. Ивент // Википедия URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Event> (дата обращения: 10.04.2011).
2. Getz, Donald. Event management and event tourism (2nd ed.) – New York: Cognizant, 2005
3. Thomas O., Hermes B., Loos P. Reference model-based event management // International Journal of Event Management Research. 2008 №1 Volume 4
4. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management. 2008 № 29

pp

Olga V. Alekseeva

*Postgraduate Student, Russian International Academy of Tourism,
Pskov*

Event Tourism and Event Management

Abstract

The article studies the relationship of event tourism and event management. It considers the essence of event tourism and gives the basic definitions. The author presents approaches to the event classification and proves the influence of events on tourism development.

Keywords: event tourism, event management, tourism management, event