

Жуков В.А.

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва

e-mail: vadim.zhukov@inbox.ru

Развитие туризма в России на основе проведения ивент-мероприятий

Аннотация

Рассмотрена возможность увеличения туристопотока в российские регионы на основе развития ивент-туризма. Показаны преимущества развития ивент-мероприятий для принимающего региона. Выделены виды данного туризма: фестивали, карнавалы, парады, празднования; конференции, форумы, симпозиумы, круглые столы; семинары, тренинги, курсы повышения квалификации; спортивные соревнования; концерты, показы фильмов, театральные постановки; юбилеи, свадьбы, торжества; выставки, ярмарки, торговые шоу, презентации, открытия предприятий, приемы, мероприятия, связанные с продвижением торговой марки и т. д. Проанализированы проблемы современного развития въездного иностранного туризма в Россию, снижение доли иностранных туристов, самостоятельная организация отдыха в России без привлечения туристических компаний, короткий срок пребывания в стране. Выявлено, что основным источником развития российского туризма в настоящее время является внутренний туризм. Это свидетельствует о перспективности развития рынка ивент-мероприятий для привлечения туристов в российские регионы. На конкретных примерах из опыта проведения чемпионата мира по футболу в 2018 г. показано позитивное влияние ивент-туризма на рост доходности сферы гостиничных услуг. Анализ проведения Чемпионата мира по футболу в Санкт-Петербурге выявил также, что не все регионы России показали ожидаемый рост доходности. Это свидетельствует о необходимости серьезных маркетинговых исследований потребительского спроса на проведение ивент-мероприятий. Приведен позитивный опыт развития туризма в отдельных регионах России: в Санкт-Петербурге и Владимирской области, которые активно используют различного рода фестивали и праздники для привлечения российских и зарубежных туристов с целью увеличения доходов региональных объектов гостинично-туристической отрасли и пополнения местного бюджета.

Ключевые слова:

ивент-мероприятия, ивент-туризм, событийный туризм, объекты гостиничной и туристической индустрии, гостиницы, загрузка гостиницы.

Zhukov V.A.

Candidate of Economic Sciences,
State University of Management,
Moscow

e-mail: vadim.zhukov@inbox.ru

The development of tourism in Russia based on the event – events

Abstract

The possibility of increasing tourist traffic to the Russian regions based on the development of event tourism has considered. The advantages of developing event events for the host region have shown. The following types of tourism have highlighted: festivals, carnivals, parades, celebrations; conferences, forums, symposia, round tables; seminars, trainings, advanced training courses; sport competitions; concerts, film screenings, theater productions; anniversaries, weddings, celebrations; exhibitions, fairs, trade shows, presentations, business openings, receptions, events related to brand promotion, etc. The problems of modern development of inbound foreign tourism in Russia have analysed: the decline in the share of foreign tourists, the independent organization of recreation in Russia without the involvement of travel companies, the short period of stay in the country. It has revealed that the main source of development of Russian tourism is currently domestic tourism. This fact indicates the prospects for the development of the event market to attract tourists to the Russian regions. On specific examples from the experience of the carrying World Cup 2018, the positive impact of event tourism on the growth of profitability in the sphere of hotel services has shown. An analysis of the carrying World Cup on the example of St. Petersburg also has revealed, that not all regions of Russia showed an expected increase in profitability. This circumstance testifies the need for serious marketing research of consumer demand for holding event events. A positive experience in the development of tourism in certain Russian regions - in St. Petersburg and the Vladimir region, which actively use various kinds of festivals and holidays to attract Russian and foreign tourists in order to increase revenues of regional hotels and tourism industry and replenish the local budget, has adduced.

Keywords:

event events, event tourism, event tourism, hotel and tourism industry objects, hotels, hotel loading.

© The Author(s), 2018 This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



В Россию за последние 2–3 года стало приезжать меньше иностранных туристов. Если в 2015 г. страну посетило 26,9 млн иностранцев, то в 2017 г. этот показатель составил всего 24,4 млн человек. И это несмотря на серьезную девальвацию рубля, которая делает поездку в нашу страну очень привлекательной с экономической точки зрения. В первом полугодии 2018 г. негативная тенденция сохраняется. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года въездной поток сократился на 30 тыс. человек. Разумеется, в 2018 г. проведение чемпионата мира по футболу смогло переломить негативную тенденцию. Согласно статистике паспорт болельщика оформили 843 тыс. человек. В то же время необходимо отметить так называемый отложенный спрос в 2018 г. иностранных туристов на поездки в Россию в связи с высокими ценами из-за проведения чемпионата мира по футболу [8].

Анализ иностранного въездного в Россию туристического потока показывает, что среднестатистический иностранный турист проводит в России одну неделю и тратит примерно 144 тыс. руб. [7] Большинство иностранцев предпочитают организовывать свой отдых в нашей стране самостоятельно. В среднем иностранный гость проживает в одной гостинице не более трех ночей. Очень много путешественников останавливаются на одну или две ночи. Из этого можно сделать вывод, что иностранные туристы активно перемещаются между российскими городами, чтобы увидеть максимальное количество достопримечательностей. В большинстве случаев иностранцы приобретают пакет проживания, в который включен только завтрак. Довольно распространен вариант, когда иностранный путешественник выбирает проживание без питания. Затраты среднестатистического иностранного туриста распределяются следующим образом: 24 % на международные перевозки, 23 % на проживание в отелях, 19 % на питание, 9 % на поездки внутри страны. Еще 12,4 % средств расходуется на экскурсоводов, гидов и переводчиков. Оставшиеся 13,6 % средств – это прочие расходы, не отнесенные к какой-либо конкретной статье расходов [4].

Основным локомотивом роста туристической индустрии России является внутренний туризм. По информации экспертов, даже в большинстве московских гостиниц доля дохода от проживания иностранцев не превышает 21,3 % [9]. В регионах ситуация еще хуже. Например, в Удмуртии доходы от размещения иностранных туристов в гостиницах составляет всего 3,2 %. Большинство участников рынка делают ставку на привлечение российского туриста. В этой ситуации организация

ивент-мероприятий может рассматриваться как один из важных факторов увеличения турпотока в российские регионы. Об этом постоянно говорят специалисты [1] на различных форумах, выставках, совещаниях, посвященных развитию индустрии гостеприимства. Интересные события стимулируют приезд путешественников, которые готовы платить за новый опыт, эмоции и впечатления. Во время проведения знаковых мероприятий значительно возрастает загрузка номерного фонда в гостиницах [8].

Туризм, связанный с проведением ивент-мероприятий – сравнительно новое направление развития российского туризма, целью которого является путешествие туриста в принимающий регион, в котором происходит какое-то событие, участие в мероприятиях. Данный вид туризма предусматривает создание атмосферы праздника, формирования у путешественника незабываемых эмоций и впечатлений. Часто туризм, связанный с проведением мероприятий, называют событийным туризмом.

Событийный туризм – туристическая деятельность, привлекающая значительное количество туристов из различных стран мира с целью приобщения к разнообразным международным и национальным событиям, а также редким природным явлениям, интересным своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью. Данный вид туризма предполагает участие путешественников в мероприятиях культурного, спортивного, этнографического, выставочного, конгрессного и прочего характера. Однако, не все мероприятия можно рассматривать в качестве событийного туризма. К нему относятся лишь те, проведение которых приносит доход принимающей территории.

Ивент-туризм несет огромные преимущества для принимающего региона, а именно:

- развитие принимающих туристов регионов на основе повышения их привлекательности, имиджевой составляющей, улучшение в них инвестиционного климата;
- формирование новых рабочих мест не только в туристской инфраструктуре, но и в смежных с туризмом отраслях;
- эффективное использование ресурсных возможностей региона (природного, историко-культурного, этнического и прочих потенциалов региона).

Список видов ивент-туризма очень велик: фестивали, карнавалы, парады, празднования; конференции, форумы, симпозиумы, круглые столы; семинары, тренинги, курсы повышения квалификации; спортивные соревнования (например, Олимпийские игры, чемпионат мира по футболу и т. д.);

концерты, показы фильма, театральные постановки; юбилеи, свадьбы, торжества; выставки, ярмарки, торговые шоу, презентации, открытия предприятий, приемы, мероприятия, связанные с продвижением торговой марки и т. д.

В России среди фестивальных ивент-проектов, пользующихся популярностью у туристов, можно выделить следующие: туристский комплекс «Этно-парк «Кочевник» (Сергиево-Посадский район Московской области), Международный фестиваль «Кижская регата» (Республика Карелия), Международный фестиваль воздухоплавания «Небесная ярмарка» (Кунгур, Пермский край), Международный фестиваль исторических реконструкций «Времена и эпохи» (Москва), туристско-выставочный комплекс «Музейный квартал» (Городец, Нижегородская область), «Новогодняя столица России», Детский туристский комплекс «Научный музей и город профессий» (Тула) и прочие [2].

В качестве примера также можно привести кинофестивали в Каннах и Венеции, Зальцбургский музыкальный фестиваль, карнавал в Венеции, бег быков в Памплоне, аэрокосмический салон в Ле Бурже, выставку цветов в Челси и многое другое.

Значительная роль в ивент-туризме отводится организации спортивных мероприятий, таких как Олимпийские игры, чемпионаты мира и Европы по футболу, автогонки «Формулы-1».

Проведение и дальнейшее развитие событийного туризма имеет большое экономическое значение для России, так как в это время увеличивается нагрузка на все объекты туристической и гостиничной индустрии, потребительский спрос на них значительно превышает предложение, существенно увеличиваются доходы средств размещения, объектов показа, предприятий питания и транспорта, а следовательно, увеличиваются поступления в бюджет принимающей территории.

В качестве примера позитивного влияния событийного туризма на повышение эффективности работы гостиничной и туристской индустрии целесообразно рассмотреть опыт проведения чемпионата мира по футболу в 2018 г. в России на примере двух городов (Москва и Санкт-Петербург).

Проведение чемпионата мира по футболу позволило отелям Москвы и Санкт-Петербурга значительно увеличить цены на номерной фонд. Это привело к различным последствиям. Если гостиницы Москвы, которые являются основным транзитным хабом для болельщиков и имеют большое количество брендированных отелей, значительно выросли в загрузке, то в Санкт-Петербурге, месте проведения отдельных матчей, в то же время отели с высокой стоимостью

проживания оказались недостаточно загружены по сравнению с предыдущими годами.

Среднерыночная загрузка гостиниц в Москве в июне 2018 г. составила 88 %. Для сравнения в 2017 г. этот показатель находился на уровне 82 % – эффект Кубка конфедераций, а в 2016 г. – 78 %. Все сегменты московского гостиничного рынка отработали июнь со среднемесячной загрузкой выше 83 %, причем показатели высокого сегмента гостиничного рынка и верхнего предела среднего превысили 90 %. Цены на номерной фонд в Москве, по сравнению с прошлым годом, увеличились почти в три раза (на 170 %) [6].

В Санкт-Петербурге повышенные на период чемпионата мира по футболу тарифы отпугнули традиционных для этого города гостей, а ожидаемый поток туристов, который должен был вызвать мундиаль, не оправдался: всего 71 % номеров были заняты, в то время как в июне 2017 г. среднерыночная загрузка северной столицы составляла 78 %, в 2016 г. – 82 %. Необходимо учитывать, что в предыдущие два года на июнь приходился Петербургский международный экономический форум, который в 2018 г. был проведен в мае с целью разделения потоков приезжающих.

Средняя стоимость стандартного номера в московском люксе в июне превысила 1 тыс. евро за ночь (74,5 тыс. руб.), при этом отели продали 86 % номеров данного класса. Даже отели самой низкой ценовой категорий Москвы – эконом – увеличили цены более чем в два раза и продавали номера по 5,8 тыс. руб. в первый месяц чемпионата.

В Санкт-Петербурге же цены в люксе в июне были на порядок ниже, чем в мае этого года, и почти в два раза ниже московских: 38 тыс. руб. стоила ночь в стандартном номере в самых дорогих отелях города. При этом занято было только 65 % номеров.

Рекордсменами за два месяца соревнований среди сегментов гостиничного рынка в Москве стали:

- по динамике загрузки – люксовый, нарастивший показатель на 12 п.п. к прошлому году (до 86 %);
- по уровню загрузки – верхний предел среднего, продавший 91 % номеров;
- по динамике средней цены на номер – люксовый, зафиксировавший 4-кратный рост (до 71,2 тыс. руб.);
- по динамике доходности на номер (RevPAR) – люксовый, с увеличением показателя на 366 % (до 60,9 тыс. руб.) [6].

В Санкт-Петербурге рекордсменами стали:

- по динамике загрузки – высокий. Загрузка в нем снизилась по сравнению с двумя аналогичными месяцами прошлого года на 5 п.п. (до 84 %), что

сделало этот сегмент также лидером по уровню загрузки;

- по динамике средней цены на номер – средний, увеличивший показатель на 41 %, до 7,2 тыс. руб.;
- по динамике доходности на номер (RevPAR) – высокий, достигший 10,2 тыс. руб. (рост на 22 %) [6].

Учитывая, что за последние четыре года перед чемпионатом в Москве было введено 5,4 тыс. брендированных гостиничных номеров, в Санкт-Петербурге – более 1,1 тыс., операционные результаты отелей во время мундиала вполне можно считать удовлетворительными.

Кроме событийного туризма, посвященного спортивным мероприятиям, в России активно развивается организация фестивалей. Например, только в Санкт-Петербурге в 2017 г. прошло 770 различных фестивалей. Похожие тенденции отмечаются в других российских городах. Но, к сожалению, действительно ярких, насыщенных, качественных событий в российских регионах еще недостаточно.

Организация любого фестиваля или праздника удовольствие недешевое. Бюджеты могут варьироваться от нескольких сотен тысяч до десятков млн руб. Все зависит от места проведения мероприятия, его тематики и масштаба. Очень часто инициатором и главным инвестором крупных фестивалей выступают администрации городов и регионов. Например, в Санкт-Петербурге такие мероприятия, как «Алые паруса», «Фестиваль света», проводятся на средства городского бюджета.

Частный бизнес в настоящее время осторожно относится к инвестициям в событийные мероприятия, так как он должен быть уверен в жизнеспособности мероприятия, в устойчивом интересе к нему со стороны населения и туристов. Кроме того, на эффективность организации и проведения фестиваля или праздника влияет очень много факторов. Даже плохая погода может привести к уменьшению количества посетителей того или иного события. Таким образом, организация событийного туризма подвержена влиянию довольно большого количества рисков.

Одним из популярнейших трендов последних лет стали гастрономические фестивали. Они проводятся во всех регионах России, их количество увеличивается с каждым годом. Самым крупным гастрономическим фестивалем является «О, да! Еда!». На сегодняшний день событие проходит в 11 городах. Ежегодная аудитория фестиваля составляет более 400 тыс. чел.

К развитию событийного туризма начинают подключаться и ведущие туроператоры, так как это очень выгодно с коммерческой точки зрения.

В качестве примера успешного развития событийного туризма можно привести сотрудничество между туроператором «Интурист» и администрацией Владимирской области. В этом году компания стала партнером гастрономического фестиваля «Медовуха-Fest». Организатором мероприятия выступил Комитет по туризму администрации Владимирской области. Источником вдохновения послужили многочисленные пивные фестивали в Германии, которые собирают огромное количество туристов. Медовуха – традиционный напиток с богатой историей. Первый фестиваль прошел в 2016 г. В 2017 г. «Медовуха-Fest» стал знаковым мероприятием в календаре гастрономических событий. В администрации Владимирской области считают, что привлечение компании «Интурист» в качестве партнера поможет в продвижении фестиваля как внутри страны, так и за рубежом [3]. В планах туроператора сотрудничество с Калужской и Орловской областями.

Кроме того, петербургское подразделение туроператора «Интурист» успешно организует и продает туры на посещение праздника закрытия фонтанов в Петергофе [5]. Мероприятие пользуется заслуженной популярностью как у иностранных, так и у российских путешественников. Многие из них специально приезжают в Петергоф, чтобы увидеть этот праздник своими глазами. Также в сентябре компания «Интурист» начала продавать новогодние туры в резиденцию Деда Мороза. Юные путешественники со своими родителями получают возможность отправиться в Великий Устюг чартерными поездами из Москвы и Санкт-Петербурга.

Таким образом, перед российскими регионами с целью развития ивент-туризма стоят задачи: по разработке событийных мероприятий, по развитию маркетинга и активной рекламной деятельности, по формированию благоприятных условий для повышения инвестиционной привлекательности региона путем реализации либеральных, адаптированных к европейским стандартам хозяйственных механизмов, по охране, улучшению окружающей среды и сведению до минимума негативных последствий пребывания приверженцев событийного туризма.

Библиографический список

1. Гостиничный менеджмент: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. А. А. Федулина. — 3-е изд., перераб. — М.: КНОРУС, 2016. — 426 с.
2. Жукова, М. А. Причины кризиса российских туроператорских компаний / М. А. Жукова // Вестник университета. — 2015. — № 7. — С. 13-18.
3. «Интурист» планирует участвовать в развитии событийного туризма в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/3498-inturist-planiruet-uchastvovat-v-razviti-sobyitjnogo-turizma-v-rossii> (дата обращения: 18.09.2018).
4. Оценка влияния въездного туризма на экономику России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/3523-doklad-otsenka-vliyaniya-v-ezdnogo-turizma-na-ekonomiku-rossii> (дата обращения: 01.10.2018).
5. Турпоток во Владимирскую область по итогам 2018 г. составит более 5 миллионов человек [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/3487-turpotok-vo-vladimirskuyu-oblast-po-itogam-2018-sostavit-bolee-5-millionov-chelovek> (дата обращения: 13.09.2018).
6. Чемпионат мира по футболу позволил московским отелям в июне-июле нарастить цены в три раза [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/3448-chempionat-mira-po-futbolu-pozvolil-moskovskim-otelyam-v-iyune-iyule-narastit-tseny-v-tri-raza> (дата обращения: 27.08.2018).
7. Чудновский, А. Д. Влияние искусственного интеллекта на развитие инфраструктуры рынка туристических услуг / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. Н. Королев, А. В. Марьин // Материалы 1-ой Международной научно-практической конференции «Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика». Вып. 1. — М.: ГУУ, 2017. — С. 274-280.
8. Чудновский, А. Д. Международный туристский бизнес: практика, проблемы, перспективы: учеб. пособие для подгот. бакалавров по направлению 43.03.03 Гостиничное дело / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова и др. — М.: ГУУ, 2017. — 211 с.
9. Zaitseva, N. A. Outsourcing and In-Sourcing of Innovation in Network Organizations / N. A. Zaitseva, E. A. Dzhandzhugazova, N. V. Bondarchuk, M. A. Zhukova // International Journal of Educational Management. — 2017. — Vol. 31, I. 4. — Pp. 497-504.

References

1. Gostinichniy menedzhment: uchebnoe posobie; pod red. A. A. Fedulina [*Hotel management: textbook; ed. by A. A. Fedulin*], Moscow: KNORUS, 2016, 426 p.
2. Zhukova M. A. Prichiny krizisa rossiiskikh turoperatorskikh kompanii [*Causes of the crisis of Russian tour operators*], Vestnik universiteta, 2015, I. 7, pp. 13-18.
3. «Inturist» planiruet uchastvovat' v razviti sobytiinogo turizma v Rossii [*Intourist» plans to participate in the development of event tourism in Russia*]. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3498-inturist-planiruet-uchastvovat-v-razviti-sobyitjnogo-turizma-v-rossii> (accessed 18.09.2018).
4. Otsenka vliyaniya v'ezdnogo turizma na ekonomiku Rossii [*Assessment of the impact of inbound tourism on the Russian economy*]. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3523-doklad-otsenka-vliyaniya-v-ezdnogo-turizma-na-ekonomiku-rossii> (accessed 01.10.2018).
5. Turpotok vo Vladimirskuyu oblast po itogam 2018 sostavit bolee 5 millionov chelovek [*Tourist flow to the Vladimir region in 2018 will be more than 5 million people*]. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3487-turpotok-vo-vladimirskuyu-oblast-po-itogam-2018-sostavit-bolee-5-millionov-chelovek> (accessed 13.09.2018).
6. Chempionat mira po phutbolu pozvolil moskovskim otelyam v iyune-iyule narastit' tseny v tri raza [*The world Cup allowed Moscow hotels in June-July to increase prices three times*]. Available at: <https://hotelier.pro/news/item/3448-chempionat-mira-po-futbolu-pozvolil-moskovskim-otelyam-v-iyune-iyule-narastit-tseny-v-tri-raza> (accessed 27.08.2018).
7. Chudnovskii A. D., Zhukova M. A., Korolev V.N., Mar'in A. V. Vliyanie iskusstvennogo intellekta na razvitie infrastruktury rynka gostinichnikh uslug [*The impact of artificial intelligence on the development of tourism market infrastructure*], Materialy I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Shag v budushhee: iskustvennyi intellekt i tsifrovaya ekonomika», Vyp.1, Moscow: GUU, 2017, pp. 274-280.
8. Chudnovskii A. D., Zhukova M. A., Kormishova A. B. i dr. Mezhdunarodnyi turistskii biznes: praktika, problemy, perspektivy: ucheb. posobie dlya podgot. bakalavrov po napravleniyu 43.03.03 Gostinichnoe delo, [*International tourism: practice, problems, perspectives: textbook for bachelors on the training program 43.03.03 Hotel business*], Moscow: GUU 2017, 211 p.
9. Zaitseva, N. A., Dzhandzhugazova E. A., Bondarchuk N. V., Zhukova M. A. Outsourcing and In-Sourcing of Innovation in Network Organizations. International Journal of Educational Management, 2017, Vol. 31, I. 4, pp. 497-504.