

*Рощина София Михайловна
студент магистратуры,
факультет туризма и сервиса
Сочинский государственный университет,
Россия, г. Сочи
e-mail: mysofiasun@yandex.ru*

*Научный руководитель: Фисенко О.П.,
доцент кафедры управления и технологий в туризме и рекреации
Сочинский государственный университет,
Россия, г. Сочи*

МЕГА-СОБЫТИЯ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Аннотация: В данной статье исследуется текущее состояние рынка событийного туризма и дальнейшая перспектива развития данной отрасли.

Ключевые слова: мега-события, событийный туризм, туристский потенциал, туристский поток, развитие отрасли туризма.

*Roshchina Sofia Mihailovna
master student,
faculty of Tourism and Service
Sochi State University,
Russia, Sochi*

*Scientific adviser: Fisenko O.P.,
Associate professor of the Department of Management and Technologies
in Tourism and Recreation,
Sochi State University,
Russia, Sochi*

GLOBAL EVENT AS DRIVER OF DEVELOPMENT AND PROMOTION OF TOURISM DESTINATION

Abstract: This article examines the current state of the health tourism market and the further development prospects of this industry.

Keywords: event tourism, tourist potential, tourist flow, development of the event-improving tourism industry.

В современном мире возрастает популярность мега-событий. Мега-события рассматриваются как инструмент публичной дипломатии, имиджевой

политики государства, средство продвижения городских брендов. Мега-события становятся символическим посланием для других стран о культурном наследии, достижениях, природном богатстве и других уникальных чертах страны организатора.

Мега-события являются современными культурными событиями, сочетающими в себе два главных поджанра: «выставку» и «исполнение». Они создают возможности для взаимодействия элит и влиятельных СМИ как между собой, так и с международными элитами, и служат инструментом внедрения старых и новых гегемонистских и официальных идеологий в массы.

Мега-события не ограничиваются исключительно спортивными или культурными мероприятиями, они также носят политический и экономический характер, становясь площадкой для демонстрации экономической мощи и коллективной культурной идентичности. Вместе с тем, они могут сопровождаться социальными конфликтами, связанными в основном с использованием земельных ресурсов для возведения объектов.

К разряду мега-событий также можно отнести международные экономические и политические форумы и саммиты (Саммиты G7, G20, ШОС, АТЭС, Петербургский международный экономический форум и другие) [1].

Первое, что обращает на себя внимание, это то, что любое мега-событие – это продвижение государства на международной арене. В частности, мега-событие рассматривается как инструмент эффективной внешней политики, в частности, имиджевой политики и публичной дипломатии. Однако не только на этой сфере замыкается влияние мега-событий – связанные с подготовкой мероприятия процессы создания и обновления инфраструктуры, решения органов власти, действия спонсоров и инвесторов становятся информационными поводами для средств массовой информации, что привлекает внимание общественности и формирует образ принимающей территории.

В то же время, следует помнить о завышенных ожиданиях от проведения мега-событий. Не всегда мега-события приводят к ожидаемым результатам.

Поэтому необходимо при планировании мега-событий учитывать указанные условия с целью получения большей выгоды для развития территории и предотвращения недовольства среди местного населения.

Спортивные мега-события – одна из разновидностей мероприятий международного уровня. Спортивная сфера деятельности по своей специфике обладает весьма высоким статусом и выполняет различные социокультурные функции, среди которых можно выделить формирование как имиджа целого государства, так и отдельных городов на международной арене.

Для проведения спортивного мероприятия страна должна соответствовать определенным стандартам. В развивающихся странах это обычно подразумевает крупные вложения в улучшение качества объектов спортивной, транспортной и туристической инфраструктуры. Современные аэропорты, качественные дороги и новые стадионы, которые остаются в стране по завершению, а в дальнейшем способствуют крупному притоку инвестиций, росту деловой активности и улучшению качества жизни граждан [2].

В случае если страна успешно проводит спортивное мероприятие, это может существенно повысить ее имидж в мире, способствовать улучшению геополитического положения, более эффективной экономической интеграции, развитию туризма и других отраслей.

Проведение крупных международных мероприятий дают мощный импульс развитию спорта и пропаганде здорового образа жизни граждан, способствуют развитию международного сотрудничества, укреплению мира и взаимопонимания между народами и странами.

Развитие инфраструктуры способствует экономическому подъёму и социальному развитию региона и города, где проходятся международные мероприятия. Всестороннее развитие транспорта и связи, расширение дорог, строительство предприятий бытового обслуживания, отелей, создают условия для роста экономики и улучшения её макроэкономических показателей. Экономисты говорят и о вполне конкретном материальном эффекте: резкое

увеличение объемов внешней торговли, ускорение темпов прироста ВВП, снижение инфляции и безработицы.

Эксперты утверждают, что крупные спортивные соревнования способны ускорить строительство инфраструктуры на десять лет и более, а также повысить качество жизни местного населения, улучшить конкурентоспособность страны и в долгосрочной перспективе обеспечить ей экономическую выгоду.

Таким образом, можно заключить, что мега-события играют особую роль в продвижении и развитии дестинаций. Мега-события привлекают большой поток людей в город проводимого мероприятия, большие инвестиции, способствуют улучшению инфраструктуры города. Необходимо отметить, что именно спортивные мега-события всегда направлены на привлечение населения разных стран, больших масс людей разных национальностей. На сегодняшний день спортивные мега-события не работают в одностороннем порядке, привлекая одну целевую аудиторию. Данные мероприятия привлекают всех: гостей города, зрителей, спортсменов, волонтеров, представителей бизнес-сообщества. В свою очередь, человеческий капитал влияет на развитие города в социально-экономическом плане, что делает спортивные мега-события неотъемлемой частью успешного продвижения городов.

Список литературы:

1. Морозова М.А. Туризм. М.: Издательство НИЦ ИНФРА-М, 2020. 291 с.
2. Федеральное агентство по туризму. Статистические данные по РФ в период 2018-2020 годы. [Электронный ресурс]. // Режим доступа: URL: <https://tourism.gov.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2/statisticheskie-dannye-po-rf-v-period-2018-2020-gody/> (дата обращения: 17.11.2020 г.).