

2. Андерссон Т.Д. и Моссберг Л. (2004). Обеденный опыт: удовлетворяют ли рестораны потребности клиентов? Технологии общественного питания. 4 (4), 171–177.

3. Антон К., Камареро К., Лагуна М. и Бухалис Д. (2019). Влияние аутентичности, степени адаптации и культурного контраста на незабываемые гастрономические впечатления путешественников. Журнал гостиничного маркетинга и менеджмента. 28 (7), 743-764.

4. Интеллект и автоматизация услуг в сфере путешествий, туризма и гостиничного бизнеса. Бингли, стр. 185–219.

Сухарский М.М., 3 курс (Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилёва),  
Ермеков А.М., 4 курс (Карагандинский университет Букетова)  
Научный руководитель – магистр наук, ст.преподаватель Оспанов Б.Р.

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Событийный, или ивент-туризм (от англ. event – событие, мероприятие) – это уникальные туры, сочетающие в себе участие в самых зрелищных мероприятиях планеты и традиционный отдых, постепенно завоевывают все большую популярность. При этом событие рассматривается как комплекс явлений, которые выделяются своей значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования [1].

Событийный туризм – это форма туризма, в которой основное внимание уделяется участию в событиях, мероприятиях или фестивалях (Табл.1).

Таблица 1

Типы событий в событийном туризме

Типы событий	Определение
Фестиваль	показ (смотр) достижений муз-го, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства.
Карнавал	гуляния с уличными шествиями, театральными играми – проходит под открытым небом.
Ярмарка	регулярный рынок широкого значения, которая (независимо от ее наименования) в соответствии с обычаями страны, на территории которой она проводится, представляет собой крупный рынок товаров широкого потребления и (или) оборудования.
Олимпийские игры	крупнейшие международные комплексные спортивные соревнования современности, которые проводятся каждые четыре года.
Чемпионат мира	состязание на звание чемпиона. В событийном туризме самым популярным событием является Чемпионат мира по футболу
Модный показ	событие, которое демонстрирует последние коллекции модных вещей.
Аукцион	публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, производится по заранее установленным правилам аукциона
Парад	торжественное прохождение различных коллективов, организаций, движений или партий.
Выставка	публичное представление достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Понятие может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия
Примечание – составлено автором по данным источника [1].	

История этого вида туризма восходит к древним временам, когда люди собирались на различные общественные и культурные события. В античных государствах существовали различные праздники и фестивали, привлекавшие толпы людей. Например, древнегреческие олимпийские игры (с [776 г. до н.э.](#) до [393 года](#) н.э.) были одними из первых масштабных событий, которые собирали людей из разных регионов для участия и наблюдения. В средневековье церковные праздники и ярмарки стали популярными формами событийного туризма, ввиду распространения христианства на обширную территорию, включающую всю Европу. Люди путешествовали на святые места (поездка византийской царицы Елены на Святую землю в 326 году, Ахенский кафедральный собор, базилика Святого Петра на Ватиканском холме, Сантьяго-де-Компостела в Испании и т.д.), чтобы участвовать в религиозных событиях и праздниках.

В современном мире событийный туризм прочно вошел в культуру. Олимпийские игры, фестивали музыки и искусств, выставки и спортивные события привлекают миллионы туристов каждый год. С появлением интернета и социальных медиа информация о событиях стала более доступной, что способствует росту популярности этого вида туризма. Сегодня же событийный туризм включает в себя разнообразные мероприятия, от музыкальных фестивалей до технологических конференций. Туристы ищут уникальные и запоминающиеся впечатления, которые предлагают различные события по всему миру. [2]

Можно выделить основные группы фестивалей: фестивали киноискусства, музыкальные фестивали, театрализованные и цирковые шоу, модные показы, фестивали моды [3].

Событийный туризм в Казахстане предоставляет уникальную возможность путешественникам погрузиться в богатую историю, культуру и традиции нашей страны. В число интересных событий и направлений событийного туризма в Казахстане можно включить Наурыз Мейрамы, День столицы, Астана Марафон и Фестиваль воздушных шаров.

Хотя событийный туризм в Казахстане имеет свой потенциал, существуют определенные проблемы, с которыми сталкиваются организаторы и участники. Некоторые из ключевых проблем включают в себя:

- ограниченную инфраструктуру в некоторых регионах, недостаток удобных транспортных средств, размещения и других удобств ограничивает привлекательность некоторых мест для организации мероприятий;

- недостаточное маркетинговое продвижение событий и фестивалей, которое приводит к низкому уровню участия туристов. Эффективная реклама и продвижение событий являются ключевыми факторами привлечения внимания туристов;

- логистика и координация. Крупные события требуют слаженной логистики и координации между различными участниками, такими как организаторы, власти, транспортные службы и другие. Недостаточная координация может привести к неполадкам в ходе мероприятия;

- бюрократические барьеры. Наличие бюрократических процедур и сложности в получении необходимых разрешений могут замедлить процесс подготовки и проведения событий. Прозрачные и эффективные процедуры разрешения могут содействовать успешной реализации туристических событий;

- стандарты качества. Некоторые события могут сталкиваться с проблемами в поддержании высоких стандартов качества, начиная от обеспечения безопасности участников и заканчивая обеспечением высокого уровня обслуживания. [4]

В Казахстане были успешно проведены множество мероприятий, связанные с событийным туризмом, такие как Всемирная выставка ЭКСПО-2017, 7-е зимние Азиатские игры 2011 года, Зимняя Универсиада 2017.

Из анализа можно заключить, что событийный туризм представляет собой уникальную форму путешествий, объединяющую разнообразные предложения и мероприятия для широкого круга туристов. Казахстан обладает значительными возможностями для развития событийного туризма. За годы независимости страна успешно утвердила свой имидж на

мировой арене, о чем свидетельствуют крупные события, такие как Саммит ОБСЕ (Астана, 2010), Зимние Азиатские игры (Астана, Алматы, 2011), Конгресс УЕФА (Астана, 2014), Зимняя Универсиада-2017 (Алматы, 2017), ЭКСПО-2017 (Астана, 2017). Мировой опыт подтверждает, что иногда проведение масштабных событий может столкнуть страну с трудностями, но в то же время способствовать укреплению ее общественного имиджа. Каждый год уровень развития туризма в стране постепенно повышается, и событийный туризм представляет значительные перспективы для Казахстана. В результате теоретического анализа в области событийного туризма была разработана классификация, которая способствует систематизации знаний и более глубокому пониманию сущности мирового туристского потока.

#### Литература

1. Александрова А.А. Событийный туризм в мире // Экономическое возрождение туризма, 2010. - № 1.- С. 47-52.
2. Дементьев С., Хвилер Я. Событийный туризм // Турбизнес, 2007. - №1. С. 77-82.
3. Вермель М. В. Применение зарубежного опыта в организации крупных фестивалей. – М.: Дашков и К, 2014. – С. 75–82.
4. Ердаuletов С.Р. География туризма. –Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 412 с

Уразалиева З.Е., 4 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)  
Ғылыми жетекші-аға оқытушы Нұрсұлтан Д.Т.

#### ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ КӨРМЕ ІС-ШАРАЛАРЫ: ТУРИСТІК БАҒЫТТАРДЫ ІЛГЕРІЛЕТУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Дүние жүзінде туризммен байланысты көптеген көрме шаралары бар, көрмеге қатысушылардың географиясы мен ауқымы және тақырыптық бағыты үнемі кеңейіп келеді. Туризм саласында қонақ үй және мейрамхана өнеркәсібінің мамандандырылған көрмелері, спорттық, экологиялық, білім беру, медициналық, іскерлік туризм, туристік және спорттық жабдықтар жәрмеңкелері өткізілуде.

Көрме іс-шаралары туристік кәсіпорынға тиісті қызмет үшін қажетті ақпаратты бір мезгілде тарату және алу мүмкіндігін бере отырып, туристік маркетингте ерекше орын алады. Олар: саланың дамуын бағалауға, баға саясатында дұрыс бағдарлануға, әріптестердің тәжірибесін қабылдауға және, әрине, туристік фирманың клиенттік базасын кеңейтуден, сондай-ақ туристік агенттіктермен және туристік қызметтерді жеткізушілермен жасалған шарттардың санынан көрініс табатын қатысудан экономикалық нәтиже алуға көмектеседі.

В.Г. Петелин менеджмент тұрғысынан көрмені түсіндіретін мынадай анықтаманы ұсынады: «көрме - бұл жария көрсетуге арналған арнайы жасалған және көркемдік түрлендірілген заттық-кеңістіктік орта негізінде оның менеджерлері немесе тапсырыс берушілері әрбір нақты жағдайда айқындайтын жарнамалық, сауда немесе өзге де әлеуметтік міндеттерді шешетін персоналы, әкімшілігі және тиісті мәртебесі бар ұйым» [1]

Ф.И. Шарковтың пайымдауынша, қазіргі заманғы көрмелер қандай да бір өнімді жарнамалау; ұйымның белгілі бір имиджін құру; белгілі бір нарықтағы ахуалдың индикаторы; ұйым брендин немесе бұйымды ілгерілету; бәсекелестер мен әріптестердің соңғы жетістіктерімен танысу; саяси ілгерілету; беделін арттыру [2].

Жеке анықтамаларға нақты көрмелердің тақырыбын, мәртебесін, мақсаттарын, міндеттерін немесе нақты іс-шаралардың, атап айтқанда: ғылыми-техникалық, өнеркәсіптік, ауыл шаруашылығы, білім беру, медициналық, құрылыс, көркемдік, мемориалдық ерекшеліктерін нақтылайтын нақты көрмелердің сипаттамалары жатады; немесе дүниежүзілік, халықаралық, ұлттық, өңірлік, салааралық, салалық немесе стационарлық, жылжымалы, ұтқыр және т.б.