

## ИЗУЧЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРОДА АТЫРАУ

Кенжегүлова Дильназ Қанатжанқызы

[dilnaz\\_kenzhegulova05@mail.ru](mailto:dilnaz_kenzhegulova05@mail.ru)

Атырауский университет имени Х. Досмухамедова,  
Студент 4 курса ОП 6В11101-Туризм и сервис

В эпоху глобализации и усиления конкуренции между регионами за инвестиции, туристские потоки и человеческий капитал особое значение приобретает формирование позитивного имиджа города. Атырау, долгое время воспринимавшийся прежде всего, как нефтегазовый центр Казахстана, сегодня сталкивается со стратегической задачей диверсификации как экономики, так и репутации.

Современные подходы к территориальному маркетингу подчеркивают, что устойчивое развитие городов невозможно без четкого и отличительного ценностного предложения. [1] В этом отношении событийный туризм является мощным механизмом: он создает новые точки притяжения, повышает узнаваемость и укрепляет конкурентные преимущества региона.

Понятие «событийный туризм» было введено в научный оборот в 1987 году Департаментом туризма и общественности Новой Зеландии. Событийный туризм (event-туризм) представляет собой разновидность туризма, при которой туристы посещают места проведения мероприятий в определенное время, строго в рамках установленных сроков. Основными целями организации таких событий является удовлетворение специфических потребностей туристов: получение культурного опыта, знакомство с местными традициями и организация досуга. [2]

Исследователи по-разному характеризуют событийный туризм. К.К. Мальчугова и Н.Н. Праздникова выделяют следующие характеристики данного вида туризма:

- событийный туризм должен быть прогнозируемым. Результат создания туров должен быть предсказуемым;
- событийный туризм должен быть массовым. В событийном туризме должно принимать участие большое количество туристов;
- событийный туризм должен быть всесезонным. События для данного вида туризма могут быть организованы в разные периоды года;
- событийный туризм должен быть зрелищным. События для данного вида туризма должны быть яркими и запоминающимися;
- событийный туризм должен стимулировать повторное посещение дестинации туристами;
- событие в сфере событийного туризма должно проходить регулярно (например, ежегодно);
- при создании события в событийном туризме должны использоваться инновационные технологии;
- событие в событийном туризме должно быть интерактивным [3]

Рассмотрим компоненты событийного туризма. По мнению Е.В. Логвиной и Н.Ю. Дугаренко, к ним относится следующее:

- исключительное событие (или event-мероприятие). Оно лежит в основе событийного тура;
- туристская инфраструктура, в которую входят обслуживающие туристов во время тура организации;
- продвижение (в том числе с помощью рекламы и PR) исключительного события и событийных туров, которые связаны с ним;

- информационный центр, благодаря которому туристы могут узнать об event-мероприятии и турах на него;
- достопримечательности туристской дестинации, в которой будет проходить event-мероприятие;
- наличие индустрии развлечений в туристской дестинации;
- доступность посещения туристской дестинации [4]

Важную роль в событийном туризме играет качество проведения исключительного мероприятия. При его планировании и разработке событийных мероприятий организаторы должны руководствоваться вопросом: «Чем мы можем удивить публику?». Событие должно иметь свой официальный сайт или аккаунты в социальных сетях.

Современная экономика характеризуется переходом к модели «экономики впечатлений», в рамках которой ключевую роль играют эмоции и запоминающиеся события формируют потребительский выбор. На этом фоне узкая промышленная специализация Атырау создает ряд рисков:

- снижение инвестиционной привлекательности за пределами добывающего сектора;
- отток квалифицированных специалистов;
- ограничение роста сферы услуг и креативных индустрий.

В данных условиях событийный туризм становится инструментом стратегической трансформации, позволяющим оперативно формировать новые сценарии развития территории без значительных капитальных вложений.

В научной литературе событие рассматривается как нематериальный ресурс, обладающий высокой степенью эмоциональной вовлеченности и ограниченностью во времени. Это определяет его значимость в системе маркетинга территорий. Событийный туризм относится к числу наиболее интересных видов туризма. Он охватывает все важные уникальные мероприятия, которые происходят во всем мире. Развитие событийного туризма в нашей стране может сыграть важную роль в преодолении экономического кризиса.

Событийный туризм характеризуется следующими особенностями:

- событие выступает основным туристским продуктом;
- спрос формируется целенаправленно;
- создается эффект уникальности и ограниченности.

В результате мероприятия могут служить решающим инструментом формирования имиджа, особенно для мест, не обладающих крупными природными достопримечательностями или всемирно известными историческими памятниками. Несмотря на свой промышленный профиль, Атырау обладает значительным потенциалом для развития как направления событийного туризма, чему способствует сочетание экономических, культурных и географических факторов.

Экономическая и инфраструктурная база. Атырау является крупным промышленным и нефтегазовым центром, где расположены международные компании. Это обеспечивает:

- развитую гостиничную инфраструктуру: 128 объектов размещения (включая 109 гостиниц) с возможностью размещения до 6756 гостей одновременно;
- стабильный поток деловых посетителей, которых можно вовлечь в культурные и спортивные программы. [5]

Развитие культурных и спортивных мероприятий. В 2025 году в регионе было проведено более 4500 культурных мероприятий, которые привлекли около 900 000 зрителей. Это создает прочную основу для масштабирования событийного туризма посредством фестивалей, концертов, марафонов и этнокультурных праздников. Кроме того, три действующих креативных центра в регионе служат платформами для тысяч культурных, образовательных и творческих инициатив, включая выступления гастролирующих профессиональных групп. [6]

Туристическая стратегия и государственная поддержка. В рамках Концепции развития туристической индустрии Казахстана на 2023–2029 годы особое внимание уделяется

диверсификации туризма, в том числе событийным форматам. Для Атырау это открывает возможности для:

- развития и продвижения единого регионального бренда посредством флагманских фестивалей;
- сотрудничества с предприятиями для проведения международных форумов и крупных спортивных и музыкальных мероприятий. [8]

В то же время в Атырауской области появляются новые туристические маршруты и форматы фестивалей — такие как экстремальные джип-туры, гастрономические мероприятия и исторические реконструкции. Планы по расширению числа маршрутов до 30 будут способствовать дальнейшей интеграции событийного туризма с образовательным и культурным туризмом.

Дополнительные преимущества Атырау включают:

- географические ресурсы: уникальное положение на границе Европы и Азии, а также река Жайык (Урал) как символический и рекреационный ресурс;
- транспортная доступность: международный аэропорт и связи с основными транспортными магистралями;
- культурное и историческое наследие: археологический комплекс «Сарайшык» и сильные региональные этнокультурные традиции;
- институциональный потенциал: наличие туристических организаций и развивающаяся вспомогательная инфраструктура.

В целом, этот анализ показывает, что Атырау может позиционироваться как перспективный центр событийного туризма с отличительными географическими и экономическими характеристиками.

Существующие мероприятия уже демонстрируют явный потенциал:

- спортивные мероприятия способствуют широкому участию общественности;
- деловые мероприятия привлекают финансово состоятельную аудиторию;
- Культурные фестивали способствуют формированию и распространению региональной идентичности.

В то же время остается ключевая проблема: мероприятия пока не систематически интегрированы в единую, целостную стратегию продвижения и брендинга.

Ключевым шагом является разработка системы «спутниковых мероприятий» вокруг крупных флагманских событий, включая гастрономические фестивали, культурные программы, а также дополнительные туристические мероприятия и экскурсии. Такой подход может увеличить продолжительность пребывания туристов, повысить расходы на одного туриста и укрепить общую экономическую отдачу от событийного туризма в регионе.

Развитие событийного туризма оказывает комплексное воздействие на экономику, имидж и социальную среду Атырау. В экономическом плане это может повысить заполняемость отелей и других объектов размещения, увеличить доходы малых и средних предприятий в сфере общественного питания, транспорта, розничной торговли и развлечений, а также снизить сезонность туристических потоков за счет поддержки круглогодичного спроса. С точки зрения имиджа, событийная деятельность способствует формированию позитивной информационной среды, стимулирует создание пользовательского контента, такого как отзывы, фотографии и видео, и повышает узнаваемость города на национальном и международном уровнях. В социальном плане это способствует улучшению городской инфраструктуры, поддерживает креативные индустрии и местные культурные инициативы, а также укрепляет местную идентичность благодаря участию жителей в общественных мероприятиях.

В то же время, развитие событийного туризма в Атырау в настоящее время сдерживается рядом барьеров. Инфраструктура остается недостаточной, особенно в отношении количества и качества площадок для мероприятий и multifunctional пространств, а городская среда неравномерно развита, что влияет на впечатления

посетителей. Также очевидны ограничения в сфере услуг, включая отсутствие единых стандартов обслуживания в сфере туризма и гостеприимства, и недостаточную подготовку персонала, что снижает общее качество и согласованность обслуживания. Информационные барьеры еще больше ослабляют сектор, поскольку данные о мероприятиях фрагментированы, продвижение не скоординировано, а цифровая интеграция остается недостаточно развитой.

Для решения этих проблем Атырау необходим скоординированный комплекс мер, сочетающий развитие инфраструктуры с улучшением качества обслуживания и коммуникации. Приоритетными действиями являются расширение и модернизация инфраструктуры для мероприятий, внедрение стандартов качества в сфере гостеприимства и организации мероприятий, создание единой цифровой платформы для мероприятий, объединяющей календарь событий, навигацию и услуги для посетителей, а также укрепление городского бренда посредством последовательной коммуникационной стратегии.

Маркетинговая стратегия по трансформации имиджа должна быть сосредоточена на перепозиционировании Атырау как центра событий и впечатлений, поддерживаемого брендингом территории, подчеркивающим ее уникальное расположение на границе Европы и Азии, а также культурное разнообразие и географическую самобытность. Эта стратегия должна быть усилена за счет интеграции мероприятий в единый круглогодичный календарь, объединяющий культурные, спортивные, гастрономические, деловые и этнокультурные программы для поддержания стабильного интереса туристов. Цифровое продвижение должно стать ключевым инструментом, опирающимся на современные платформы и инструменты, такие как целевые кампании, стратегии контента в социальных сетях и партнерства, которые повышают узнаваемость и преобразуют внимание в посещения.

В результате исследования показало, что событийный туризм является эффективным инструментом трансформации имиджа города и повышения его конкурентоспособности в контексте формирующейся экономики впечатлений. На примере города Атырау было продемонстрировано, что даже при преимущественно промышленном профиле регион обладает значительным потенциалом для развития событийного туризма, основанного на интеграции культурных, деловых и спортивных инициатив.

Анализ ресурсной базы региона подтвердил необходимые предпосылки для развития устойчивой индустрии событийного туризма, включая хорошо развитую инфраструктуру размещения, стабильный поток деловых посетителей и яркую культурную среду. Однако были выявлены ключевые ограничения, препятствующие развитию отрасли, в том числе недостаточная координация мероприятий, фрагментарное информационное продвижение, нехватка многофункциональных площадок и отсутствие единых стандартов качества в индустрии гостеприимства.

Был сделан вывод, что стратегическое развитие событийного туризма в Атырау требует перехода от разрозненных инициатив к системной модели управления, основанной на создании единого календаря мероприятий, развитии «спутниковых мероприятий», внедрении цифровых инструментов продвижения и укреплении регионального бренда. Особое значение имеет позиционирование города как уникального места, сочетающего географическую специфику, культурное разнообразие и деловую активность.

Практическая реализация предложенных стратегий позволит увеличить продолжительность пребывания туристов, повысить их вовлеченность и расходы, а также создать мультипликативный эффект для смежных экономических секторов. В долгосрочной перспективе это поможет снизить зависимость региона от сырьевого сектора, укрепить его инвестиционную привлекательность и сформировать устойчивый, позитивный имидж города на национальном и международном уровнях.

Таким образом, событийный туризм следует рассматривать не только как инструмент развития туристической индустрии, но и как важный элемент комплексной стратегии социально-экономической трансформации Атырау. Перспективы дальнейших исследований

включают оценку экономической эффективности мероприятий, разработку моделей их интеграции в городскую среду и анализ поведения целевой аудитории в контексте экономики впечатлений.

#### Список литературы:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. — 3-е изд. — М. : MBAtime4U, 2021. — URL: <https://mbatime4u.com/wp-content/uploads/2021/05/marketing-menejment.pdf>. — с.13
2. Лазицкая Н. Ф., Екимова З. З., Хахалина А. М. Тенденции развития событийного туризма в мире и Российской Федерации // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. - 2022. — Т. 8 (74). - № 3. - с.85-94;
3. Мальчугова К.К., Праздникова Н.Н. Специфика продвижения событийного туризма (на примере праздника «Алтайская зимовка») // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2019. №11. – С.87.
4. Логвина Е. В., Дугаренко Н. Ю. Современное состояние и развитие событийного туризма в Калининградской области // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2020. Т.6. №2. – С.84.
5. Итоги года: развитие туризма в Атырауской области в 2024 году // AtyrauPress. URL: <https://atpress.kz/ru/news/v-atyrau/itogi-goda-razvitie-proekty-i-dostizheniya-turizma-v-atyrauskoj-oblasti-v-2024-godu>
6. Статья о проведении мероприятий в Атырауской области // inAtyrau.kz. URL: <https://www.inatyrau.kz/news/4064870/v-atyrauskoj-oblasti-v-proslom-godu-proslo-bolee-45-tys-masstabnyh-meropriatij>
7. Всемирная туристская организация UNWTO. Global Report on the Meetings Industry. — Madrid: World Tourism Organization, 2014. — с. 80
8. Министерство туризма и спорта Республики Казахстан. Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы. — Астана, 2023.