

А. В. Амелина
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации (Москва)
Научный руководитель — **М. Е. Беломестнова**, канд. пед. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Событийный туризм, как одна из динамично развивающихся отраслей в сфере туризма и гостеприимства, занимает важное место в туристской индустрии России. В последнее время данный сегмент туризма привлекает все больше внимания не только туристов, но и бизнеса, государства, а также местных сообществ. Россия, обладая богатым культурным наследием, большим количеством традиций и уникальными природными достопримечательностями, создает условия для проведения разнообразных событий: от культурных фестивалей и спортивных мероприятий до выставок и конференций.

Характеристика событийного туризма включает в себя много разных аспектов: массовость, популярность, эмоциональное вовлечение, многообразие форматов, всесезонность и т.д. При этом еще одной особенностью событийного туризма является то, что он находится в тесной связи с другими видами туризма: спортивным, культурно-познавательным, деловым, гастрономическим, приключенческим и т.д. По большей части все особенности событийного туризма связаны с тем, что он является относительно новым направлением туристского рынка России, но уже сейчас многие ее регионы признают его перспективным для развития своих территорий [1].

Для проведения различных событий нужна создаваемая под них инфраструктура, а именно: новые специализированные площадки для проведения мероприятий (выставочные комплексы, конгресс-отели); модернизированные имеющиеся выставочные площадки (существующая инфраструктура не всегда может справляться с решением актуальных отраслевых задач); событийные площадки, для создания которых используются инновационные технологические решения, а также различные цифровые платформы для публикации дат актуальных событий и мероприятий в регионах.

Важную роль в событийном туризме также играет его продвижение. Самыми эффективными средствами продвижения являются: освещение в СМИ для повышения узнаваемости территории и увеличения интереса потенциальных потребителей; использование маркетинговых инструментов (пресс-релизы, тематические статьи, фотографии, новостные каналы); поиск и удержание спонсоров для осуществления финансовой поддержки мероприятий, получения рекламной площадки или информирования [1].

Событийный туризм в России представляет собой многогранную и активно развивающуюся отрасль, способную внести значительный

вклад в экономику страны. Уникальные события, проводимые в различных регионах, не только привлекают внимание к культурному и историческому наследию, но и создают новые возможности для бизнеса, развивая гостиничную и ресторанную инфраструктуру, транспорт и другие секторы экономики.

Источник

1. *Скараник, С. С.* Событийный туризм: современные тенденции и перспективы развития в России / С. С. Скараник, В. В. Верна // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynnyu-turizm-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-v-rossii> (дата обращения: 28.11.2025).

Д. А. Арешонок

ВГУ им. П. М. Машерова (Витебск)

Научный руководитель — Е. М. Янкевич, канд. экон. наук, доцент

ГИБРИДНЫЕ МУЗЕИ КАК НОВЫЕ ФОРМЫ КУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Гибридный музей — форма культурного пространства, в которой физическая среда дополняется цифровыми слоями интерпретации. Такой музей является материальным и посещаемым, но его экспозиции могут радикально меняться за счет технологий дополненной реальности. В отличие от традиционных мультимедиа-решений AR выступает в качестве основы взаимодействия, а не вспомогательного инструмента: посетитель видит не только реальные объекты, но и виртуальные элементы, которые позволяют переосмысливать или дополнять оригиналы. Принцип работы AR в музейной среде заключается в распознавании пространства и точном совмещении цифровых моделей с реальными залами.

Ни один бизнес в силу последствий пандемии COVID-19, экономического кризиса не сможет существовать сейчас и в долгосрочной перспективе без разработки стратегии цифровой трансформации [1]. AR не только расширяет визуальный ряд, но и меняет сам формат музейного посещения. Вместо пассивного наблюдения объекта посетителю предлагается возможность его исследовать, переключать уровни информации и самостоятельно выбирать глубину погружения в него. Новые инвестиционные проекты в условиях высокой конкуренции вынуждены опираться на инновационные подходы и технологии [2]. В результате усиливается интерпретационный потенциал музейных коллекций. При этом физическая аутентичность музейных объектов не теряется: цифровой слой лишь подчеркивает ценность оригинала.