

УДК / UDK 338.48

DOI: 10.12737/21099

Шерешева Марина Юрьевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

(Российская Федерация); д-р экон. наук, профессор; e-mail: m.sheresheva@gmail.com

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ И НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ (НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Различия в национальных культурах и уникальное культурное наследие являются одним из драйверов развития международного туризма. В этом сегменте туристического рынка наблюдается опережающий рост и все более заметная специализация. В последние годы значительно возросло внимание к роли событийного туризма как одного из действенных способов более интенсивного привлечения элементов нематериального культурного наследия к организации досуга туристов и наращивания туристических потоков при минимизации ущерба, наносимого окружающей среде и материальному культурному наследию. В статье представлены результаты исследования, проведенного методом экспертных интервью и включенного наблюдения на примере Владимирской области. Результаты анализа показывают, что создание круглогодичного календаря событийного туризма с элементами нематериального культурного наследия способствует повышению интереса туристов к первому посещению дестинации и создает основу для увеличения доли повторных посещений. При этом решается комплекс взаимосвязанных проблем, включая инвентаризацию и сохранение объектов нематериального культурного наследия, а также баланс интересов всех заинтересованных сторон (предпринимателей, туристов, местных жителей, государственных и муниципальных органов). Удастся обеспечить более равномерное распределение туристических потоков во времени и пространстве, в том числе преодолеть проблему предельных возможностей Владимиро-Суздальского музея-заповедника по обслуживанию растущего турпотока без нанесения ущерба материальному культурному наследию, включенному в список ЮНЕСКО.

Ключевые слова: нематериальное культурное наследие, событийный туризм, культурный туризм, привлекательность туристской дестинации, Владимирская область.

Введение. Культурное разнообразие, наряду с резко возросшими возможностями перемещения по земному шару, послужило главной основой бурного развития сферы туризма в XX в. Как результат, в настоящее время туризм превратился в мощную мировую индустрию, стал одним из главных локомотивов сферы услуг, в этой сфере занято порядка 250 млн чел. [2]. Рост туристических потоков служит важным источником доходов и основой конкурентоспособности для многих стран и регионов.

В последние годы широкое внимание привлекает проблема вовлечения нематериального культурного наследия в сферу туризма [6, 14, 16, 18]. Вопросы включения объектов нематериального культурного наследия (ОНКН) в состав турпродукта становятся предметом активного обсуждения в современной научной литературе [13, 19] и рассматриваются в тесной связке с вопросами устойчивого развития и проблемой взаимоотношений между группами част-

ных и общественных стейкхолдеров, действующих в рамках конкретной туристской дестинации [1, 5]. Необходимость добиться баланса интересов самой территории и ее жителей, с одной стороны, и представителей турбизнеса¹ и туристов, с другой, заставляет исследователей и практиков вести поиск новых управленческих решений в развитии туристской привлекательности территорий.

В этой связи заметно возросло внимание к событийному туризму как способу стимулировать и направлять рост въездных туристических потоков с выгодой для

¹ В свою очередь, разными группами стейкхолдеров со стороны бизнеса являются туроператоры и турагентства, транспортные компании и местные компании сферы услуг (гостиницы, рестораны, культурно-развлекательные комплексы, и т.д.), ИТ-компании, консалтинговые, исследовательские и финансовые компании, государственные маркетинговые организации, образовательные учреждения, местные сообщества [5]. Однако в рамках данной статьи целесообразно пренебречь этим более подробным делением.

территории. Создание круглогодичного событийного потока рассматривается как способ сглаживания сезонности в туризме, повышения доходности и предсказуемости в сфере гостеприимства и обслуживания туристов, создания оснований для повторных посещений дестинации.

В данной статье рассматриваются перспективы использования преимуществ событийного туризма для создания привлекательного турпродукта на основе нематериального культурного наследия. В первой части статьи даны основные определения и показана диалектическая связь развития событийного туризма и сохранения нематериального культурного наследия. Во второй части статьи обсуждаются результаты исследования, проведенного методом экспертных интервью и включенного наблюдения на примере Владимирской области.

Нематериальное культурное наследие и туризм. Закон РФ от 09.10.1992 г. № 3612-І «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» определяет культурное наследие народов России как *«материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также памятники и историко-культурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности Российской Федерации и всех ее народов, их вклада в мировую цивилизацию»*². Международное определение термина «нематериальное культурное наследие» было впервые выработано на круглом столе в Турине (Италия) в марте 2001 г. на основании результатов целого ряда обследований и подробного обсуждения. Эксперты пришли к консенсусу, что под нематериальным культурным наследием следует понимать *«выработанные народами процессы, наряду со знаниями, навыками и творчеством, передаваемые и разрабатываемые ими, продукты, которые они создают, а также ресурсы, пространства и другие аспекты социального и природного контекста, необходимые для обеспечения их устойчивости;*

*эти процессы обеспечивают сообщества чувством преемственности с предыдущими поколениями и имеют важное значение для культурной идентичности, а также для сохранения культурного разнообразия и творчества человечества»*³.

Согласно ст. 2 Конвенции ЮНЕСКО, нематериальное культурное наследие означает *«обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и, в некоторых случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия»*⁴. Сюда входят традиции и живые выражения, унаследованные от предков и передающиеся потомкам, такие как устные традиции, исполнительские искусства, обычаи, обряды, праздники, навыки и практики, касающиеся природных явлений и традиционных ремесел. С одной стороны, это достаточно хрупкая материя; с другой – удивительно устойчивые элементы национальной идентичности, которые составляют основу сохранения национальных культур в условиях глобализации.

Если говорить о туризме, то именно различия в национальных культурах и уникальное культурное наследие являются одним из драйверов развития международного туризма. В этом сегменте туристического рынка наблюдается опережающий рост и все более заметная специализация [12, 15]. Одни туристы путешествуют с целью поиска приключений, других привлекает знакомство с культурой, историей, археологическими объектами, третьи целенаправленно «погружаются» в общение с местными жителями, четвертых интересуют природные ландшафты, флора и фауна, пятых – специфика местной кухни, и т. д. В этой связи привлекательность современных туристских дестинаций и их

² Закон РФ от 09.10.1992 г. № 3612-І «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/104540> (Дата обращения: 23.07.2016).

³ Meetings on intangible cultural heritage (co-)organized by UNESCO. URL: http://www.unesco.org/culture/ich/en/events?meeting_id=00057#meet_00057 (Дата обращения: 23.07.2016).

⁴ Kit of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. URL: <http://www.unesco.org/culture/ich/en/kit> (Дата обращения: 23.07.2016).

устойчивое развитие все сильнее обусловлены нематериальной составляющей, локальным культурным контекстом.

В то же время, существует целый ряд проблем, связанных с разницей культур и необходимостью сохранения культурного наследия. Даже если нет угрозы целенаправленного разрушения, как в случае с Пальмирой, увеличение нагрузки на ту или иную территорию само по себе несет серьезные риски. Как сформулировал Д. Керр, *«то, что хорошо для сохранения, не обязательно хорошо для туризма, а то, что хорошо для туризма, редко способствует сохранению»* [11]. В случае превышения допустимой концентрации туристов и ошибок в управлении турпотоками на территории, материальному культурному наследию и окружающей среде может быть нанесен непоправимый ущерб [12].

Кроме того, ключевым фактором развития туристской дестинации является согласование интересов стейкхолдеров [5, 10]. Соответственно, возникает необходимость сглаживать противоречия между разными группами стейкхолдеров, а также распределять нагрузку на объекты культурного наследия во времени и пространстве таким образом, чтобы не наносить им непоправимый ущерб⁵.

Синтез культурного и событийного туризма. В культурный туризм вовлечены четыре основных элемента [7, 15]: турист как персона; туризм как определенный вид деятельности («перемещение персоны в определенное место вне обычного проживания и нахождение там не менее года с целью отдыха, бизнеса или другой целью» [17]); использование объектов культурного наследия; потребление продуктов и впечатлений.

Термин «событийный туризм» (event tourism), как считается, был впервые употреблен в 1987 г. в отчете Новозеландского департамента туризма и публицити (The New Zealand Tourist and Publicity Department), где отмечалось, что «событийный туризм является важным и быстро

растущим сегментом международного туризма» [9, с. 405]. Первоначально речь шла лишь об отдельных специальных мероприятиях, знаменательных событиях, мега-событиях, и т. п. К настоящему времени сформировалось мнение, что событийный туризм целесообразно рассматривать как комплекс самых разнообразных событий, «встроенных» в планы по развитию дестинации.

Ряд авторов предлагают рассматривать событийный туризм как составную часть культурного туризма [3]. На наш взгляд, это излишне сужает понимание этого термина. Как видно из известной классификации Д. Гетца (рис. 1), существует широкий спектр событий, большинство из которых, будучи организованы в масштабе страны или в международном масштабе, предполагают поездки участников (с научными, политическими, бизнес-целями, и т. п.). Тем не менее, в рамках данной статьи мы ограничимся вопросами культурно-событийного туризма.

В контексте баланса интересов стейкхолдеров культурно-событийный туризм необходимо рассматривать как с точки зрения спроса, так и со стороны предложения.

С точки зрения спроса важно знание целевой аудитории: кто специально путешествует для посещения тех или иных мероприятий и событий, кто готов их посещать в процессе «обычного» путешествия. Обладая этой информацией, привлекательность дестинации формируют, в первую очередь, для тех туристов, которые, во-первых, обеспечат приток доходов игрокам рынка, во-вторых, будут наиболее ценными с точки зрения формирования и поддержания имиджа дестинации, в-третьих, как минимум не будут вызывать недовольство местных жителей, а как максимум – участвовать в сохранении и поддержании культурного пространства.

С точки зрения предложения, синтез культурного и событийного туризма является не просто одним из перспективных способов вовлечения культурного наследия в сферу туризма, но и способом создать современный привлекательный турпродукт – своего рода «игру для туриста», в рамках которой происходит сращивание

⁵ Как показывает, например, опыт Республики Марий-Эл, где сохраняются языческие анклавы, риск потери сохранности существует не только для материальных объектов, но и для ОНКО.

КУЛЬТУРНЫЕ ПРАЗДНИКИ - фестивали - карнавалы - памятные даты - религиозные события	ИСКУССТВО И РАЗВЛЕЧЕНИЯ - концерты - церемонии награждения	СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ - любительские/ профессиональные - зрители/участники
	БИЗНЕС И ТОРГОВЛЯ - встречи и конвенции - потребительские и торговые выставки - ярмарки и рынки	ЧАСТНЫЕ СОБЫТИЯ - свадьбы - вечеринки - мероприятия социального характера
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ - саммиты - даты королевских особ - политические события - визиты VIP-персон	ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА - конференции - семинары - клиники	ОТДЫХ - спорт или игры для личного удовольствия

Рис. 1 – Классификация событий по Д. Гетцу [9, с. 404]

Fig. 1 – Event classification according to D. Getz [9, p. 404]

материальной и нематериальной составляющих культуры с потреблением продуктов и впечатлений.

Кроме того, наличие «своего лица» у каждого события позволяет сегментировать турпоток, более точно нацеливать турпродукт на конкретные целевые аудитории со специфическими предпочтениями и, как результат, не только более равномерно распределять турпотоки, но и формировать слой лояльных потребителей, готовых повторно посещать дестинацию для получения новых впечатлений от следующего события.

В целом ряде появившихся в последнее время научных публикаций, описывающих успешные примеры включения элементов нематериального культурного наследия в единый календарь событий туристской дестинации, делается вывод о том, что это способствует достижению комплекса целей. Отмечается, что наличие событийного календаря способно привлекать туристов (особенно в период сезонных спадов), служить катализатором для развития инфраструктуры дестинации, оживлять интерес к определенным достопримечательностям или районам, а также вносить вклад в формирование позитивного имиджа дестинации (включая представление о ее возможностях как места для проживания, работы и инвестиций). При этом важно добиться сбалансированного сочетания элементов национальных традиций и элементов современности при должном внимании к инфраструктуре [8].

Такая практика, в случае системного подхода к формированию событийного ряда для туристов, дает хорошие результаты и в России.

Нематериальное культурное наследие в событийном туризме Владимирской области. Владимирская область является ключевым регионом во всемирно известном туристском маршруте «Золотое кольцо России». Города Владимир и Суздаль – центральные пункты этого маршрута, при этом существует собственный зарегистрированный бренд «Малое Золотое кольцо Владимирской области» (рис. 2).



Рис. 2 – Региональный туристский бренд «Малое Золотое кольцо Владимирской области»

Fig. 2 – Regional tourism brand «Small Golden Ring of Vladimir region»

В регионе действуют два музейных комплекса федерального значения (Владими́ро-Суздальский музей-заповедник и музей-заповедник «Александровская Слобода»), а также разветвленная сеть областных и муниципальных музеев и частных экспозиций.

Разрабатываемые в области мероприятия по развитию регионального туризма включены отдельным блоком в «Стратегию социально-экономического развития Владимирской области до 2030 года», где туризм отнесен к приоритетным направлениям социально-экономического развития региона.

Изучение ситуации в сфере туризма, проведенное в начале текущего десятилетия, выявило, что устоявшееся восприятие региона как «культурно-исторического» направления, с одной стороны, является одним из традиционных преимуществ. С другой стороны, односторонний имидж «проездного» экскурсионного региона, в котором «нет смысла задерживаться даже на одну ночь», создает проблемы, связанные, во-первых, с недостаточным объемом поступлений от турпотока, во-вторых, с предельно допустимыми нагрузками на культурно-исторические памятники, в том числе включенные в список ЮНЕСКО⁶.

В настоящее время идет серьезная работа по более активному включению ОНКН в обслуживание турпотока. Создается Единый реестр объектов нематериального культурного наследия Владимирской области⁷, определены принципы построения и порядок ведения Реестра, состав объектов учета, содержание информационного фонда, источники его формирования и функции организаций, участвующих в создании и ведении Реестра. Разработана анкета, которая позволяет в структурированной форме производить «опись» ОНКН, с обязательным приложением ау-

дио-, видео-, фотоматериалов и текстовых файлов⁸.

ОНКН в Реестре группируются по пяти жанровым направлениям: *устные традиции и формы выражения* (поговорки, пословицы, былины, сказы и пр.); *исполнительские искусства* (песенное и песенно-танцевальное искусство, игра на народных музыкальных инструментах, народный театр, хореография); *обычаи, обряды, празднества; знания и обычаи, относящиеся к природе и вселенной* (народные приметы, сельскохозяйственный календарь); *знания и навыки, связанные с традиционными ремёслами* (декоративно-прикладное народное художественное творчество; традиционный костюм; традиционная кухня и т. п.).

В календарь событийного туризма, который за последние несколько лет претерпел принципиальные изменения, включены как вновь выявленные, так и традиционно устоявшиеся ОНКН (табл. 1). В «Национальный событийный календарь России-2016» вошли 30 мероприятий области, из них 8 получили статус национального события⁹.

К «громким» ежегодным мероприятиям высокого класса добавились культурно-выставочная программа в рамках Владимирского экономического форума, проект «Музыкальная экспедиция» (рис. 3), спортивный фестиваль «Велолето» в Суздале, джазовый фестиваль «Гром» во Владимире, «День купца» в Гороховце, турниры по экипажной езде «Владимирский тракт» в агрокультурном комплексе «Богдарня». Среди более «камерных» событий с молодежным акцентом можно отметить фестиваль современного искусства «Арт-субъект» или детский книжный фестиваль «Бу! Фестик».

В рамках традиционных экскурсионных направлений наращивается доля разнообразных квестов и туристской анимации. Поиск новых идей стимулируют конкурсы, объявляемые в области. Так,

⁸ Там же. Приложение № 2.

⁹ Фестиваль «МедовухаFest», Международный праздник огурца, праздник «Масленичные потехи с гусиными боями», Ефросиньевская ярмарка в Суздале, Праздник «День семьи, любви и верности» в Муроме (рис. 4), Всероссийский Фатьяновский праздник поэзии и песни в Вязниках.

⁶ В Список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО внесены Рождественский собор (XIII в.) и Архиерейские палаты (XVI в.) в Суздальском Кремле, комплекс памятников Спасо-Евфимиева монастыря XVI в., комплекс памятников Покровского монастыря XVI в.

⁷ Приказ департамента культуры Владимирской области от 11.05.2016 г. № 86 «О сохранении объектов нематериального культурного наследия Владимирской области». Приложение № 1.

Таблица 1 – Фрагмент событийного календаря Владимирской области (август-сентябрь 2016 г.)

Table 1 – Detail event calendar of Vladimir region (August – September 2016)

Дата		Мероприятие	Место
АВГУСТ	6	Фестиваль народной музыки и ремесел «На Муромской дорожке»	г. Муром
	12–20	Международный фестиваль лоскутного шитья	г. Владимир
	13	Традиционный праздник «Мстерский базар»	пос. Мстера
	19	Яблочный Спас в Суздале	г. Суздаль, Спасо-Евфимиев монастырь
	20–21	Третий Всероссийский фестиваль духовной музыки и колокольных звонов «Лето Господне»	г. Суздаль
	27	Ночь кино	г. Владимир
	27	25-й Левитановский праздник-фестиваль	д. Елисейково Петушинского р-на
СЕНТЯБРЬ	4–10	Международный фестиваль народного творчества «Золотое кольцо»	г. Владимир
	17	Традиционный Праздник леса	с. Андреево Судогодского р-на
	16–30	Всероссийский театральный фестиваль «У Золотых ворот»	г.Владимир
	16–17	МедовухаFest	г. Суздаль



Рис. 3 – Усадьба В.С. Храповицкого и концерт «Музыкальной экспедиции»¹⁰
Fig. 3 – V.S. Khrapovitsky farmstead and concert of «Musical Expedition»

в 2016 г. объявлено проведение конкурсов¹¹ между муниципальными образованиями области: на новое туристское событие, на разработку новых оригинальных туристских проектов, на грантовую поддержку сельских учреждений культуры, на создание новой культурно-познавательной туристской программы с элементами тимбилдинга для детей и оригинальной туристской анимации.

Таким образом, проводится системное развитие и расширение календаря

¹⁰ Фото с ресурсов <http://murom.ru/> (Муромский информационно-познавательный портал) и <http://photo.murom.ru/gallery/Users/Alek/Muromtsevo>

¹¹ Постановление Администрации Владимирской области от 01.07.2016 г. № 562 «О проведении в 2016 году конкурсов в сфере туризма».

событийного туризма, при этом планируемым событиям целенаправленно придается комплексный характер: включение в них ОНКН и использование в качестве декораций материального культурного наследия сочетается с приданием событию современного звучания. В частности, можно отметить модные показы, в современной форме представляющие работы молодых дизайнеров на основе традиционных ремесел в рамках Дня семьи, любви и верности в Муроме (рис. 4), выступления оркестра Мариинского театра под управлением В.А. Гергиева в рамках «Пасхальной недели», концерты ведущих мировых музыкантов (включая «Виртуозов Москвы» под управлением В.Т. Спивакова) на территории восстанавливаемой усадьбы В.С. Хра-



Рис. 4 – Праздник Дня семьи, любви и верности в Муроме, июль 2016 г. Модный показ и концерт звезд российской эстрады на берегу Оки¹²

Fig. 4 – Feast of Family, Love and Faithfulness Day in Murom, July 2016. Fashion show and a concert of Russian pop stars on the banks of the Oka river



Рис. 5 – «Гастрономическая карта» Владимирской области и вариант сервировки от ресторана «Гостиный двор», г. Суздаль¹³

Fig. 5 – «Gastronomic map» of Vladimir region and the option of serving from the restaurant «Gostiny Dvor», Suzdal

повицкого, Судогодский район), проект «Пряничная сказка» от фабрики «Покровский пряник» (г. Покров)¹⁴.

Особо стоит отметить проведение в сентябре 2016 г. по инициативе и при поддержке Администрации Владимирской области первого гастрономического фестиваля «МедовухаFest» в Суздале, с участием рестораторов и отельеров, проявивших заинтересованность в совместной работе с администрацией по подготовке этого фестиваля. В рамках фестиваля смыкается целый ряд элементов материального и нематериального культурного наследия с событийностью совре-

менного характера, заложенной в самом названии мероприятия. Событие служит одной из «точек пересечения» с недавно инициированным проектом «Гастрономическая карта Владимирской области», в который включаются рестораны и фермерские хозяйства с туристическим потенциалом. В Суздале расположены созданные в 2016 г. фермерский ресторан «Огурец» и специализированный бар с напитками и закусками на основе хрена (включая рецепты из старинного «Хренового лечебника»), а также уже известные рестораны «Улей», где проводятся мастер-классы «Деревенская кухня» шеф-повара Максима Рыбакова, и «Гостиный двор», где сервируется «царский традиционный стол» для семейного обеда, проводятся квест «Забывшие предметы русского стола» и сладкие мастер-классы для детей от шеф-повара Антона Синичкина (рис. 5).

Как результат, продолжается рост турпотока во Владимирскую область. Внутрен-

¹² Фото с ресурса <http://муром24.рф>

¹³ Фото с ресурсов <https://www.facebook.com/gastronomicmap/> – страница проекта «Гастрономическая карта Владимирской области» и <http://suzdal-dvor.ru/> – сайт ресторана «Гостиный двор»

¹⁴ Модернизация производства ООО «Покровский пряник» по выпечке пряников и проведение на территории фабрики экскурсий, дегустаций и мастер-классов для туристов.

ний туристский поток за первое полугодие 2016 г. составил 1708,5 тыс. чел. (за аналогичный период 2015 г. – 1100 тыс. чел.). Растут суммарные расходы туристов на проживание, экскурсионные и санаторно-оздоровительные услуги: в 2013 г. они составили 1,27 млрд руб., в 2014 г. – 1,28 млрд руб., а в 2015 г. уже около 3,7 млрд руб. [4]. Начала сглаживаться сезонность посещений, более равномерным стало распределение туристских потоков, возросла доля повторных посещений и доля туристов, остающихся в пределах дестинации более чем на сутки.

Заключение. Изучение опыта Владимирской области показало, что создание круглогодичного календаря событийного туризма с элементами нематериального культурного наследия способствует повы-

шению интереса туристов к первому посещению дестинации и создает основу для увеличения доли повторных посещений. При этом решается комплекс проблем, включая инвентаризацию и сохранение объектов нематериального культурного наследия, более равномерное распределение нагрузки, в том числе преодоление проблемы предельных возможностей объектов материального культурного наследия по обслуживанию растущего турпотока. Таким образом, системный подход к развитию событийного туризма с опорой на синтез элементов материального и нематериального наследия, позволяет обеспечить устойчивый приток туристов в регион и обеспечить сбалансированное развитие туристской дестинации с учетом интересов всех групп стейкхолдеров.

Список источников:

1. Баджо Р., Шерешева М.Ю. Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2014. № 2. С. 3–21.
2. Воячек О.С., Головушкина М.В. Взгляд на место России на современном рынке туристских услуг // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/03/31632> (Дата обращения: 10.05.2016).
3. Давыденко И.В. Доминанты рынка событийного туризма // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междунаучно-практич. конф. Краков, 2012. С. 97–103.
4. Шерешева М.Ю. Создание туристских кластеров в регионах России // Логистика. 2016. № 6. С. 52–56.
5. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия в туризме и маркетинг партнерских отношений // Новая экономика и региональная наука. 2015. № 2. С. 25–26.
6. Del Barrio M.J., Devesa M., Herrero L.C. Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals // City, Culture and Society. 2012. Vol.3. № 4. Pp. 235–244.
7. Du Cros H., McKercher B. *Cultural tourism*. London: Routledge, 2014. 290 p.
8. Ferdinand N., Kitchin P.J. *Events Management. An International approach*. Los Angeles; London: Sage Publications, 2012. 376 p.
9. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research // *Tourism Management*. 2008. Vol.29. № 3. Pp. 403–428.
10. Gunn C.A., Var T. *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. NY: Routledge, 2002. 442 p.
11. Kerr A. Strange bedfellows: An uneasy alliance between cultural conservation and tourism // *Canada: ICOMOS*. 1994. Vol.3. № 3.
12. Lee A. – L. On Tourist Satisfaction with Cultural Heritage Site – A Case study of the Malacca State. National Sun Yat-sen University, 2009. URL: http://etd.lib.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view_etd?URN=etd-0816110–141610 (Дата обращения: 10.05.2016).
13. Ma M.L., Wang Y.M. The Transformation Mode of the Tourism Products of Intangible Cultural Heritage // *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2008. № 2. P. 029.
14. McKercher B., Ho P.S., du Cros H. Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong // *Tourism management*. 2005. Vol.26. № 4. P. 539–548. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.02.018.
15. Nyaupane G.P., Andereck K.L. Visitors to cultural heritage attractions: An activity-based integrated typology // *Tourism Culture & Communication*. 2014. Vol.14. № 1. P. 17–26.
16. Okumus B., Cetin G. Using Local Food in Istanbul's Marketing as a Tourist Destination // 4th International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference. 2015. P. 73.
17. Rodzi N.I., Zaki S.A., Subli S.M. Between tourism and intangible cultural heritage // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2013. Vol.85. P. 411–420. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.08.370.
18. Timothy D.J. *Cultural Heritage and Tourism*. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2011. 528 p.
19. Wang Y.M., Ma M.L. A Research on the Path of Transforming Intangible Cultural Heritage into Tourism Product: A Case Study of the Real Life of staged Limestone Cave Scenery Yi Shui Li Chuan // *Tourism Science*. 2007. № 4. P. 008.

Marina Y. Sheresheva

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia);

PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: m.sheresheva@gmail.com

EVENT TOURISM AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE (THE CASE OF VLADIMIR REGION)

Differences in national cultures and unique cultural heritage are among the main drivers of international tourism development. There is faster growth and more noticeable specialization in this segment of the tourism market. In recent years, there is increased attention to the role of event tourism as an efficient way to engage elements of intangible cultural heritage to the organization of travelers' leisure, and thus to increase tourist flows while minimizing damage to the environment and the material cultural heritage. The article presents the results of a study conducted in Vladimir region by means of expert interviews and case study. The analysis has shown that a year-round calendar of event tourism, based on attracted intangible cultural heritage, contributes to the interest of tourists for the first destination visit and helps to create a basis for increasing the repeat visits share. Moreover, it helps to solve a set of interrelated issues, including inventory and preservation of intangible cultural heritage and to balance the interests of all destination stakeholders (business actors, tourists, residents, governmental and municipal bodies). It is possible to reduce unevenness of tourist flows in time and space, and to overcome the problem of Vladimir-Suzdal Museum Reserve limiting possibilities to serve growing visitors flow without damaging the material cultural heritage included in the UNESCO list.

Keywords: intangible cultural heritage, event tourism, cultural tourism, tourist destination attractiveness, Vladimir region.

References:

1. **Baggio R., Sheresheva M.Y.** Network approach in economics and management: The interdisciplinary nature. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 6. Ekonomika [Moscow University. Economics Bulletin]*, 2014, No.2, p. 3–21. (In Russ.).
2. **Voyachek O.S., Golovushkina M.V.** The place of Russia in the modern tourist market. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii [Modern scientific researches and innovations]*, 2014, No.3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/03/31632> (Accessed on May 10, 2016). (In Russ.).
3. **Davydenko I.V.** Dominant event tourism market. *Perspektivy razvitiya nauki v sovremennom mire [Prospects for the development of science in the modern world]: Proceedings of the International science-practical conference. Krakow*, 2012, p. 97–103. (In Russ.).
4. **Sheresheva M.Y.** Creation of tourist clusters in the regions of Russia. *logistics*, 2016, No.6, p. 52–56. (In Russ.).
5. **Sheresheva M.Y.** The forms of networking in tourism and marketing partnership. *Novaya ekonomika i regional'naya nauka [The new economy and regional science]*, 2015, No.2, p. 25–26. (In Russ.).
6. **Del Barrio M.J., Devesa M., Herrero L.C.** Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals. *City, Culture and Society*, 2012, vol.3, No.4, p. 235–244.
7. **Du Cros H., McKercher B.** *Cultural tourism*. London: Routledge, 2014. 290 p.
8. **Ferdinand N., Kitchin P.J.** *Events Management. An International approach*. Los Angeles; London: Sage Publications, 2012. 376 p.
9. **Getz D.** Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 2008, vol.29, No.3, p. 403–428.
10. **Gunn C.A., Var T.** *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. NY: Routledge, 2002. 442 p.
11. **Kerr A.** Strange bedfellows: An uneasy alliance between cultural conservation and tourism. *Canada: ICOMOS*, 1994, vol.3, No.3.
12. **Lee A.-L.** *On Tourist Satisfaction with Cultural Heritage Site – A Case study of the Malacca State*. National Sun Yat-sen University, 2009. URL: http://etd.lib.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view_etd?URN=etd-0816110-141610 (Accessed on May 10, 2016).
13. **Ma M.L., Wang Y.M.** The Transformation Mode of the Tourism Products of Intangible Cultural Heritage. *Journal of Guilin Institute of Tourism*, 2008. No.2, p. 029.
14. **McKercher B., Ho P.S., du Cros H.** Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong. *Tourism management*, 2005, vol.26, No.4, p. 539–548. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.02.018.
15. **Nyaupane G.P., Andereck K.L.** Visitors to cultural heritage attractions: An activity-based integrated typology. *Tourism Culture & Communication*, 2014, vol.14, No.1, p. 17–26.
16. **Okumus B., Cetin G.** Using Local Food in Istanbul's Marketing as a Tourist Destination. *4th International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference*, 2015, p. 73.
17. **Rodzi N.I., Zaki S.A., Subli S.M.** Between tourism and intangible cultural heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2013, vol.85, p. 411–420. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.08.370.
18. **Timothy D.J.** *Cultural Heritage and Tourism*. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2011. 528 p.
19. **Wang Y.M., Ma M.L.** A Research on the Path of Transforming Intangible Cultural Heritage into Tourism Product: A Case Study of the Real Life of staged Limestone Cave Scenery Yi Shui Li Chuan. *Tourism Science*, 2007, No.4, p. 008.

Шерешева М.Ю. Событийный туризм и нематериальное культурное наследие (на примере Владимирской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 3. С. 41–49. DOI: 10.12737/21099.

Дата поступления статьи: 16 мая 2016 г.

Sheresheva M.Y. Event tourism and intangible cultural heritage (the case of Vladimir region). *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 2016, vol.10, No.3, pp. 41–49. DOI: 10.12737/21099.

Received 16 May 2016