

PASĀKUMU TŪRISMS UN TĀ BŪTĪBA EVENT TOURISM AND ITS NATURE

Kristīne Kokoreviča Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, kk09096@edu.rta.lv, Rēzekne, Latvija
Zinātniskā vadītāja: Dr.oec. **Lienīte Litavniece**

Abstract. Trends in world tourism demand and the state of tourism supply indicate the importance of the development of tourism at the event. Event tourism is a growing market segment and a challenge for all destination stakeholders. Event tourism has certain advantages for the development of the region compared to other types of tourism. The research focuses on the study of event and event tourism definitions, classification, event tourism features and types.

Keywords: event, event tourism, tourism development.

Ievads

Ir pierādīts, ka kopš 20. gadsimta otrās puses tūrisms ir viens no pasaules ekonomikas un izaugsmes veicinātājiem (Meyer, 2011), un tūristu skaitam ir tendence pieaugt. Ir būtiski uzsvērt, ka tūrisma reģionālās saiknes un vietējā klātbūtne ir nozīmīga, jo vairākums tūristu piesaistes ir balstītas uz reģiona apskates objektiem, ainavu un vietējo kultūru. Ja šī teritorija ir ar atbilstošu piedāvājumu, tūrisms sāk veidot telpiskus procesus, jo tas ietekmē struktūru, nodarbinātību, telpiskās attiecības un apkārtējo vidi, dzīvesveidu un dzīves kvalitāti (Lew et al., 2008; Hall, 2012).

Viens no veidiem, kā efektīvi izmantot teritorijas tūrisma potenciālu, kas var piesaistīt tūristus reģionam salīdzinoši īsā laika periodā ar salīdzinoši nelielām izmaksām, ir pasākumu tūrisms (Ekinil et al., 2021).

Zhukov definē, ka pasākumu tūrisms ir salīdzinoši jauna tendence tūrisma attīstībā, kuras mērķis ir tūristiem doties uz reģionu, kurā notiek pasākums, lai piedalītos tajā (Zhukov, 2018). Šis tūrisma veids ietver svētku atmosfēras radīšanu, kas ceļotājam rada neaizmirstamas emocijas un iespaidus. Pasākumu tūrisma bieži dēvē par notikumu tūrisma.

Pasākumi ir nozīmīgs stimuls tūristu ierašanās veicināšanai konkrētā tūrisma galamērķī, tāpēc tiem ir būtiska loma daudzu galamērķu stratēģiskajos un mārketinga plānos, savukārt pasākumu plānošana ir kļuvusi par būtisku tūrisma galamērķa konkurētspējas uzlabošanas faktoru. Papildus tam, ka pēdējo desmitgažu laikā ar pasākumu pētniecību nodarbojas nozares profesionāļi, pasākumi ir kļuvuši arī par zinātnieku intereses objektu (Getz, 2008; Getz et al., 2016).

Pasākumu tūrisms mūsdienās tiek uzskatīts par galveno apmeklētāju piesaistes līdzekli, un pamatoti tiek uzskatīts, ka tas ir ātrākais un izmaksu ziņā efektīvākais veids, kā veidot tūrisma galamērķa tēlu. Pasākumi var būt nozīmīgs instruments pozitīva tūrisma galamērķa tēla veidošanā (Panfiluk, 2015).

Pasākumu tūrisms kā zinātnes nozare ir divu zinātnes nozaru – tūrisma un pasākumu vadības – krustpunkts (Ivanova, 2021).

Raksta mērķis: izpētīt pasākumu tūrisma un tā būtību.

Pētījuma objekts: pasākumu tūrisms.

Pētījuma priekšmets: pasākumu un pasākumu tūrisma definīcijas, klasifikācijas, iezīmju un veidu izpēte.

Mērķa sasniegšanai izvirzīti šādi uzdevumi:

- 1) izpētīt pasākumu tūrisma jēdzienu;
- 2) izpētīt pasākumu tūrisma klasifikāciju;
- 3) izdarīt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus.

Pētījumā pielietotās metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, loģiski konstruktīvā un analīzes metode.

Literatūras analīze

Pasākumiem ir ļoti svarīga un sarežģīta loma gandrīz visos sabiedrības segmentos. Tie ir pastāvējuši visā cilvēces vēsturē, visās kultūrās, visos laikos. Līdz ar pirmo par pasākumiem publicēto rakstu 20. gadsimta 70. gados, pasākumi kļuva par ļoti labi zināmu tēmu tūrisma nozarē (Getz et al., 2016).

Lai gan notikumi iepriekš ir tikuši pētīti dažādos zinātniskajos un pētnieciskajos diskursos, saskaņā ar Getz pirmie darbi par pasākumu tūrisma tiek uzskatīti J.R.B. Ritchie un Beliveau 1974. gadā (pirmais raksts par pasākumu tūrisma) un Della Bitta un citi 1977. gadā žurnālā “Journal of Travel Research” (Getz, 2008). Pēc tam, pēdējo trīsdesmit gadu <https://doi.org/10.17770/iss2022.7018>

laikā, tika publicēti daudzi raksti par pasākumu tūrisma ekonomisko, sociālkultūras un vides ietekmi. Starp tie nozīmīgi ir pētījumi par pasākumu, festivālu un pulcēšanās pasākumu jēdzienu, definīciju un klasifikāciju (Grzinic & Vojnovic, 2014).

Jēdzienam “pasākums” nav vienas vienotas definīcijas un tas tiek definēts dažādi (1.tabula).

1.tabula

Pasākumu jēdziena definīcijas (autores sastādīta pēc Ivanova, 2021, 170; Cakici & Yilmaz, 2017, 684)

Autors	Pasākumu definīcijas
P. Ivanova (Ivanova, 2021)	Pasākumi ir elastīgs kapitāls ar noteiktu ilgumu un tēmu, kas ir viegli attīstāms, uzlabojams un inovatīvs. Pasākumi ir tūristu piesaistes veids, kuri kļūst arvien pievilcīgāki.
D. Getz (Cakici & Yilmaz, 2017)	Pasākums ir ievērojams notikums, kas notiek noteiktā laikā noteiktā vietā un noteiktos apstākļos.
Tassiopoulus (Cakici & Yilmaz, 2017)	Pasākumi ir nepastāvīgi notikumi, kur katra pasākuma ilgums, dizains un vadība atšķiras viens no otra un šādi gadījumi, kas radīti kopā ar cilvēku līdzdalību, ir unikāli un nesalīdzināmi.
Shone, Parry (Cakici & Yilmaz, 2017)	Pasākumi ir neikdienišķi gadījumi, kas ir izslēgti no parastajām darbībām, ko cilvēki veic savā ikdienas dzīvē. Pasākums nav notikums, kas notiek katru dienu.
Silver (Cakici & Yilmaz, 2017)	Pasākums ir notikums, kas ir paredzēts, lai ietekmētu dalībniekus.

Definīciju izstrādes autori kopīgi uzsver, ka pasākums ir notikums vai gadījums, kuram ir noteikts ilgums, noteikta vieta un tas notiek ar cilvēku līdzdalību. Tiek izcelts arī tas, ka pasākumi piesaista tūristus un arī ietekmē tos.

Pasākumiem ir vairākas atšķirīgas lomas, sākot no kopienu veidošanas līdz pilsētu pārveidošanai un kultūras attīstībai, kas kultivē nacionālo identitāti (Getz, 2008). No tā var saprast, ka pasākumus var izmantot tūrisma mērķiem. Šajā kontekstā var runāt arī par pasākumu tūrismu. Tāpat kā jēdzienam “pasākums” nav vienas vienotas definīcijas, tāpat arī jēdziens “pasākumu tūrisms” tiek definēts dažādi (2. tabula). Latvijas Republikas tiesību aktu vietnē Likumi.lv ir publicēts Saeimas pieņemtais un Valsts prezidenta izsludinātais Tūrisma likums, kurā ir definēti vairāki tūrisma termini: aktīvais tūrisms, dabas tūrisms, kultūras tūrisms, rekreatīvais tūrisms, sporta tūrisms, starptautiskais tūrisms, vietējais tūrisms, lauku tūrisms, ekotūrisms, veselības tūrisms, bet termins “pasākumu tūrisms” nav likumā definēts (Tūrisma likums, 1998).

Cakici un Yilmaz definējot pasākumu tūrismu, definē arī pasākumu tūristus, raksturojot, ka pasākumu tūrists ir persona, kura ceļo no savas dzīvesvietas uz citu vietu, lai piedalītos pasākumā, vai persona, kas atvēl daļu sava ceļojuma pasākuma vajadzībām un paliek pa nakti šajā reģionā (Cakici & Yilmaz, 2017).

2.tabula

Pasākumu tūrisma jēdziena definīcijas (autores sastādīta)

Autors	Pasākumu tūrisms definīcijas
Latvijas Nacionālais terminoloģijas portāls (Latvijas Nacionālais terminoloģijas portāls, 2022)	Pasākumu tūrisms ir tūrisma veids, kura tūristu galvenais ceļojuma nolūks ir pasākumu apmeklēšana, kas parasti ir ceļojuma centrālais notikums. Tiek apmeklēti dažādi kultūras, sporta, reliģisku, vēsturisku notikumu pasākumi, apdzīvotu vietu gadadienu svinību, vietējo tradīciju un gastronomijas svētku, festivālu u. c. pasākumi.
Zhukov (Zhukov, 2018)	Pasākumu tūrisms ir tūrisma aktivitāte, kas piesaista ievērojamu skaitu tūristu no dažādām pasaules valstīm, lai iepazītu starptautiskus un nacionālus pasākumus, kā arī retas dabas parādības, kas ir interesantas to unikalitātes, eksotiskuma un savdabības dēļ.
Grzinic, Vojnovic (Grzinic & Vojnovic, 2014)	Pasākumu tūrisms ir termins ar ko apzīmē visu veidu tūristu plūsmu, ko motivē dažādu pasākumu rīkošana un tas ietver visu plānoto pasākumu apmeklējumus, kuriem ir tūrisma mērķis un kuri veido daļu no konkrētā galamērķa pievilcības bāzes.
Getz (Getz, 2008)	Pasākumu tūrisms ir “plānotu pasākumu kā tūrisma objektu sistemātiska plānošana, attīstība un mārketinga, kā arī to ieguvumi mārketinga, tēla veidošanas un attīstības jomā”.
Skoultos, Tsimitakis (Skoultos & Tsimitakis, 2008)	Pasākumu tūrisms ir atbalsts, kas tiek sniegts tūrisma atdzīvināšanai klusajā sezonā tajos galamērķos, kur tiek piedzīvota sezonālās problēma.

Pasākumu tūrisma definīcijās vairums autoru uzsver, ka tā ir tūrisma aktivitāte/veids, kura piesaista tūristus no visas pasaules, lai apmeklētu dažādus pasākumus, bet Skoultos, Tsimitakis uzskata, ka pasākumu tūrisms “atdzīvina” galamērķus to klusajā sezonā (Skoultos & Tsimitakis, 2008).

Pasākumu izmantošana tūrisma mērķiem ir pārvērtusi to dalībniekus par nozīmīgu tirgu visā pasaulē. Pilsētas un/vai galamērķi, kas apzinājušies pasākumu sociālos, kultūras un ekonomiskos ieguvumus, ir sākušas pielikt lielas pūles, lai varētu saņemt daļu no šī tirgus (Cakici & Yilmaz, 2017).

Savas daudzveidības un dinamikas dēļ tūrisma pasākumi ir kļuvuši populāri un ik gadu piesaista simtiem miljonu cilvēku pasaules mērogā. No tūristu viedokļa pasākumi tiek dēvēti par atrakcijām, tēla veidotājiem, statistiku apskates objektu animatoriem un nākotnes attīstības katalizatoriem (Getz, 2008).

Pasākumu aktivitātes, ņemot vērā klasifikācijas pazīmes, var iedalīt:

- pēc pasākuma veida (izklaides un darījumu, atklāti un slēgti, liela mēroga un slēgti, lielizmēra un vietējie);
- pēc biežuma (vienreizējs, vairākkārtējs);
- pēc veidošanās vietas (iekšējā, ārēja);
- pēc iniciācijas metodes (dabiska/īsta, mākslīga/īpaša), (Ekinil et al., 2021).

Pastāv dažādi pasākumu tūrisma veidu iedalījumi (3. tabula).

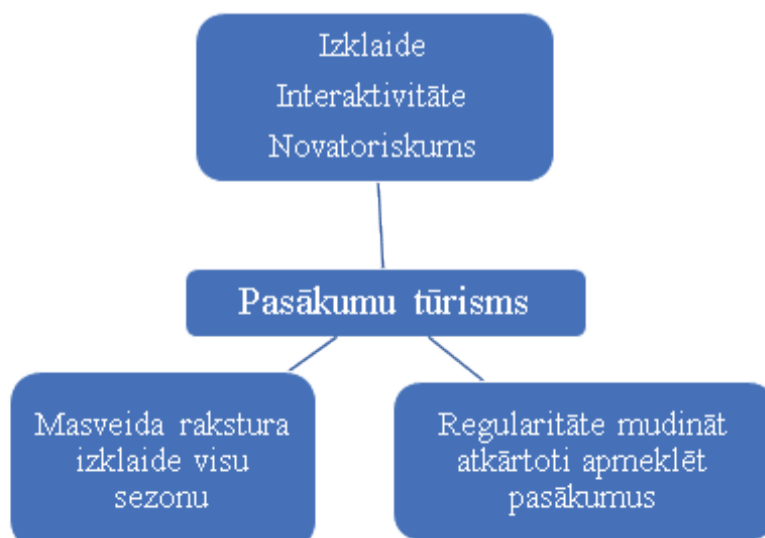
Zhukov uzsver, ka ne visus pasākumus var uzskatīt par pasākumu tūrisma. Tas ietver tikai tos pasākumus, kuri rada ienākumus uzņēmuma reģionam (Zhukov, 2018).

3.tabula

Pasākumu tūrisma veidu iedalījums (autores sastādīta)

Autors	Pasākumu tūrisma veidi
Ekinil, Petrenko, Dudkina (Ekinil et al., 2021)	Pasākumu tūrisma veidus var iedalīt valsts mēroga festivālos un svētkos, teātra izrādēs, kino un teātra festivālos, gastronomijas festivālos, festivālos un ziedu izstādēs, modes skatēs, izsolēs, mūzikas festivālos un mūzikas konkursos, sporta pasākumos, tehnikas salonos.
Ivanova (Ivanova, 2021)	Goldblats izmanto objektīvo kritēriju un atbilstoši tam iedala pasākumus četros galvenajos veidos: svinības, izglītība, mārketinga un tikšanās.
Zhukov (Zhukov, 2018)	Pasākumu veidi pasākumu tūrismā: festivāli, karnevāli, gājieni, svētki; kongresi, forumi, simpoziji, apaļie galdi; semināri, mācību kursi, profesionālās pilnveides kursi; sporta sacensības (piemēram, olimpiskās spēles, pasaules kauss, futbola čempionāts); koncerti, filmu seansi, teātra izrādes; jubilejas, kāzas, svinības; izstādes, gadatirgi, tirdzniecības izstādes, prezentācijas, uzņēmumu atklāšanas, pieņemšanas, zīmolu popularizēšanas pasākumi
Grzinic, Vojnovic (Grzinic & Vojnovic, 2014)	Pastāv astoņi galvenie pasākuma veidi: kultūras politiskie, ekonomiskie, izklaides, zinātniskie un izglītojošie, sporta sacensības, atpūtas un privātie pasākumi.
Skoultos, Tsimitakis (Skoultos & Tsimitakis, 2008).	Pasākuma tūrisms ietver dažādas tūrisma nozares jomas - sporta tūrisma, kultūras tūrisma un konferenču tūrisma.

Pētnieki identificē dažādas pasākumu tūrisma iezīmes. Apkopojot visus viedokļus, var iegūt pilnīgu priekšstatu par pasākumu tūrisma raksturīgajām iezīmēm (1. attēls).



1.attēls. Pasākumu tūrisma iezīmes (Ekinil et al., 2021)

Pateicoties iepriekš minētajām īpašībām, pasākumu tūrismam ir noteiktas priekšrocības reģiona attīstībai salīdzinājumā ar citiem tūrisma veidiem:

- pasākumu tūrisms var piesaistīt reģionam lielu tūristu plūsmu;
- šī virziena attīstība palīdz risināt sezonālās problēmas;
- palielinās tūristu pavadītais laiks reģionā (ja pasākums ir garš);
- pasākumu tūrisms atspoguļo dažādu mērķauditoriju intereses;
- šim virzienam nav nepieciešama dabas resursu klātbūtne teritorijā.

Arī Zhukov uzsver, ka pasākumu tūrisms ir milzīgs ieguvums uzņēmējam reģionam, izdalot:

- uzņēmējreģionu attīstība, kas balstīta uz to pievilcības, tēla komponenta un investīciju klimata uzlabošanu;
- jaunu darbavietu radīšana ne tikai tūrisma infrastruktūrā, bet arī ar tūrismu saistītās nozarēs;
- efektīva reģiona resursu potenciāla (reģiona dabas, vēstures, kultūras, etniskā un cita potenciāla) izmantošana (Zhukov, 2018).

Pasākuma tūrisma norise un tālākā attīstība ir svarīgi valsts un reģiona ekonomikai, jo palielinās pieprasījums pēc visiem tūrisma un viesmīlības nozares objektiem, patērētāju pieprasījums pēc tiem ievērojami pārsniedz piedāvājumu, ievērojami pieaug izmitināšanas, izstāžu, ēdināšanas un transporta objektu ienākumi un līdz ar to palielinās uzņēmējam teritorijas budžeta ieņēmumi (Zhukov, 2018).

Turklāt, pēc ekspertu domām, pasākumu tūrisms ir labvēlīgs attīstībai teritorijā, kurā nav unikālu tūrisma resursu. Pēc pētnieku domām, pasākumu tūrisms ir efektīvs attīstības instruments ekonomiskās krīzes apstākļos. Tāpat veiksmīgi pasākumi pozitīvi ietekmē teritorijas tēlu ārpus tās robežām (Ekinil et al., 2021).

Pasākumu tūrisma konkurētspēju nosaka pasākumu piedāvājumu kvalitāte un daudzveidība. Piedāvājumu kvalitātei jābūt tādā līmenī, kas ievērojami pārsniedz lietotāju gaidas, jo produkta panākumus var noteikt pēc tā spējas apmierināt lietotāju. Tā vajadzības un prasības.

Tieši tūrisma pasākumi ir nozīmīgs tūrisma galamērķa konkurētspējas elements to specializācijas un unikalitātes dēļ (Drpic et al., 2019).

Secinājumi un priekšlikumi

Šī pētījuma gaitā ir secināts, ka:

1. Pasākumi ir svarīgs tūrisma motivators un tie ieņem nozīmīgu vietu vairumā galamērķu.
2. Jēdzienam “pasākums” nav vienotas definīcijas. Pasākumu definīcijās tiek teikts, ka pasākums ir notikums/gadījums, kuram ir noteikts ilgums, noteikta vieta un tas notiek ar cilvēku līdzdalību.
3. Pasākumu tūrisms ir salīdzinoši jauna tendence tūrisma attīstībā, kuras mērķis ir tūristiem doties uz reģionu, kurā notiek pasākums, lai piedalītos tajā, apmeklējot kultūras, izglītojošos, sporta, atpūtas vai privātos pasākumus.
4. Pasākumu tūrismam ir būtiska loma veiksmīgāka un pievilcīgāka galamērķa veidošanā un tas ir milzīgs ieguvums uzņēmējam reģionam, attīstot tā ekonomiku, infrastruktūru un reģiona resursus.
5. Jēdziens “pasākumu tūrisms” nav definēts Latvijas Republikas Tūrisma likumā, bet tiek definēts dažādu pasaules autoru pētījumos un izcelts kā divu zinātnes nozaru – tūrisma un pasākumu vadības – krustpunkts. Pasākumu tūrisma definīcijās teikts, ka tā ir galvenā tūrisma aktivitāte/veids, kura piesaista tūristus no visas pasaules, lai apmeklētu dažādus pasākumus.

Priekšlikums:

Terminam “pasākumu tūrisms” ir jābūt definētam Latvijas Republikas tiesību aktu vietnes Tūrisma likumā ar skaidrojumu, ka pasākumu tūrisms ir tūrisma veids, kura galvenais mērķis ir apmeklēt pasākumu konkrētā reģionā.

Izmantotie avoti un literatūra

1. *Tūrisma likums* (17.09.1998). Latvijas Republikas likums, red. uz 01.11.2020. <https://likumi.lv/ta/id/50026-turisma-likums>
2. Cakici, C. A., Yilmaz, E. B. (2017). Clustering Participants Based on Their Motivations for Attending 2013 Mersin International Music Festival Within the Scope of Event Tourism. *DEU Journal of GSSS*, 19(4), 683 – 704. <https://doi.org/10.16953/deusobil.281952>
3. Drpic, D., Obralić, M., Zadel, Z. (2019). Managing Development of Event Tourism Offer Based on Non – Material Heritage: Case Study Rijeka Carnival. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 249-262. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.40>
4. Ekinil, G., Petrenko, A., Dudkina, O. (2021). Event Tourism as a Promising Area of Social and Economic Development of the Rostov Region. *XIV International Scientific and Practical Conference “State and Prospects for the Development of Agribusiness - INTERAGROMASH 2021”*, 273. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127309011>
5. Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
6. Getz, D., Page, S. J. (2016). Progress and Prospects for Event Tourism Research. *Tourism Management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
7. Grzinic, J., & Vojnovic, N. (2014). Sustainable Event Tourism: Case Study City of Pula, Croatia. *UTMS Journal of Economics*, 5(1), 53–65. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/105297/1/812326954.pdf>

8. Hall, C. M. (2012). Spatial Analysis: A Critical Tool for Tourism Geographies. In: *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*. J. Wilson (ed.). Routledge.
9. Ivanova, P. (2021). Event Tourism Development in Bulgaria: Key Factors and Main Goals. *Economic Studies Journal*, 30(1), 168-191. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=914509>
10. Latvijas Nacionālais terminoloģijas portāls (2022). *Pasākumu tūrisms*. <https://termini.gov.lv>
11. Lew, C M., Hall, C. M., Timothy, D. (2008). *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. Elsevier.
12. Meyer, M. (2011). Tourism Versus Spatial Order: Mutual Relations. *Tourism*, 21 (1–2), 25–32. <https://doi.org/10.2478/v10106-011-0003-7>
13. Panfiluk, E. (2015). Impact of a Tourist Event of a Regional Range on the Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 1020-1027. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.520>
14. Skoultos, S., & Tsimitakis, E. (2008). Event Tourism as a Tool Against Tourism Seasonality. Considerations, Arguments and Proposals. *Proceedings of the International Tourism Conference Cultural and Event Tourism: Issues and Debates*, 595-614.
15. Zhukov, V. A. (2018). The Development of Tourism in Russia Based on the Event – Events. *Management*, 6(4), 16–20. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2018-4-16-20>

Summary

Tourism has been shown to be one of the drivers of the global economy and growth since the second half of the 20th century, and the number of tourists is on the rise.

One of the ways to make effective use of the area's tourism potential, which can attract tourists to the region in a relatively short period of time with relatively low costs, is event tourism.

Event tourism is a relatively new trend in the development of tourism, with the aim of tourists going to the region where the event takes place to take part. This type of tourism involves the creation of a festive atmosphere that creates unforgettable emotions and impressions for the traveler.

Event tourism is a huge benefit to the host region, developing its economy, infrastructure and resources.

Just as there is no single definition of 'event', the concept of 'event tourism' is defined differently.

The term "event tourism" is not defined in the Tourism Law of the Republic of Latvia.

The study made it clear that the term "event tourism" should be defined in the Tourism Law of the Republic of Latvia website, with the explanation that event tourism is a type of tourism whose main purpose is to attend an event in a specific region.