

РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

В данной статье рассматривается событийный туризм, динамично развивающийся в настоящее время. Автор раскрывает сущность понятия «событийный туризм», выделяет и описывает характерные особенности этого вида туризма и его преимущества в сравнении с другими видами туризма. Статья содержит аргументы, доказывающие популярность данного вида туризма.

This article the fastest growing segment of the tourism industry- “event tourism” and definition of the term. The author describes the main features and advantages of this respectively new type of tourism and proves its attractiveness and success on the market.

По данным Всемирной туристской организации, наиболее перспективными сегментами туристского рынка являются экологический, культурно-познавательный, тематический, специализированный туризм, подразумевающий такие виды, как научный, учебный, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный туризм и другие.

В настоящее время все большую популярность приобретает такой вид туризма, как событийный. Этот вид туризма в значительной степени начал развиваться во второй половине прошлого века, особенно в 1970-х годах. В последнее время проявляется растущий интерес и признание потенциальной ценности события для экономики, общества и культуры страны, а также для восстановления окружающей среды.

Поверхностный анализ спроса туристского рынка показывает, что в последние годы наблюдается рост интереса к событийным, фестивальным мероприятиям, в ходе которых турист получает больше положительных эмоций от путешествия, чем от простого пляжного тура с богатой экскурсионной программой.

Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием. Под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени. Самым важным при формировании туров подобного рода, как правило, является заблаговременное планирование. В этом потенциальным туристам помогают ежегодные календари туристских событий. Турист заранее планирует, какое событие он будет посещать и на основании этого строится будущий тур. [1, 134]

Событийный туризм всегда индивидуален, так как каждый турист выбирает событийное мероприятие опираясь на собственный вкус, а туроператор комплектует этот тур согласно потребностям потенциального туриста.

Событийный туризм – направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Особенность событийного туризма заключается в

том, что такие туры можно гармонично сочетать с различными программами. Например, экскурсионными. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность.

Событийный туризм – это перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Безусловно, событийный туризм – продукт менее востребованный, нежели пакетные туры по массовым направлениям. Подобные предложения прежде всего пользуются спросом либо у ценителей, обладающих четко сформированным запросом, либо же у туристов, которые желают разнообразить свой привычный отдых чем-то новым. [2, 74]

Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар.

Данный вид туризма можно классифицировать по масштабу события (национального или международного уровня) и по тематике события.

Посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма.

Существует множество поводов для организации событийных туров. Можно выбрать крупные спортивные события, такие, как Олимпиады, мировые и европейские чемпионаты по футболу, гонки «Формулы-1», теннисные, хоккейные и другие турниры.

В мире культуры популярны различные фестивали, которые ежегодно проводятся во многих странах мира и представлены арт-фестивалями, классическими, джаз- и рок-, фолк- музыкальными фестивалями, кинофестивалями, цветочными фестивалями и многими другими. К значительным событиям в мире музыки относятся концерты мировых знаменитостей.

Наиболее зрелищными событиями мирового уровня считаются карнавалы, исторически приуроченные к началу католического Великого поста. Однако наряду с карнавальными торжествами существует большое количество народных праздников, фестивалей национальных культур, ярмарок. В деловой жизни важную роль играют профильные бизнес-выставки и экономические форумы.

В событийном туризме можно выделить несколько тематических видов:

- 1) национальные фестивали и праздники:
 - фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания);
 - фестиваль Св. Патрика в Дублине (Ирландия);
 - фестиваль культур в Берлине (Германия);
 - парад сексуальных меньшинств Pride London в Лондоне (Великобритания);
 - парад любви (Love Parade) в Берлине (Германия);

- парад сексуальных меньшинств Pride Amsterdam в Амстердаме (Нидерланды);
- парад военных татуировок в Эдинбурге (Шотландия);
- празднование дня рождения Наполеона Бонапарта, Аяччо (Корсика).

2) театрализованные шоу:

- праздник на льду, шоу Romanza (Германия);
- шоу Lord of the Dance (Великобритания);
- праздник на льду, шоу Mystery (Германия);
- фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция);
- праздник на льду, шоу Romanza, Вена (Австрия).

3) фестивали кино и театра:

- фестиваль короткометражных фильмов в Оберхаузене (Германия);
- Каннский фестиваль, Канн (Франция);
- театрализованный фестиваль Spierlart, Мюнхен (Германия);
- фестиваль «Вишневый лес», Москва (Россия);
- фестиваль оперного искусства, Верона (Италия).

4) гастрономические фестивали:

- международный фестиваль пива, Берлин (Германия);
- большой британский фестиваль, Лондон (Великобритания);
- Октоберфест, Мюнхен (Германия);
- фестиваль морепродуктов, о в Гров (Испания);
- праздник молодого вина Божоле Нуво (Франция);
- парижский салон шоколада, Париж (Франция).

5) фестивали и выставки цветов:

- выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания); - выставка цветов во дворце Хэмптон Корт, Лондон (Великобритания);
- фестиваль хризантем (Япония);
- выставка тюльпанов (Нидерланды);
- фестиваль бонсай, Нара (Япония).

6) модные показы:

- Ready to Wear, Париж (Франция);
- Men s Fashion, Париж (Франция);
- Milano Moda Uomo, Милан (Италия).

7) аукционы:

- аукционы Сотби;
- аукционы Кристи;
- аукционы Дрюо, Париж (Франция).

8) фестивали музыки и музыкальные конкурсы:

- фестиваль Carpićies, Кранс Монтана (Швейцария);
- фестиваль Ars Musica, Брюссель (Бельгия);
- фестиваль «Снег и Симфония», Санкт Мориц (Швейцария);
- фестиваль TDK TIME WARP, Маннхайм (Германия);
- фестиваль поп музыки Pink Pop, Ландгераф (Нидерланды);
- фестиваль джаза в Монтре (Швейцария);
- фестиваль музыки и искусств в Хенли (Великобритания);

- фестиваль джаза в Стокгольме (Швеція);
- музикальний конкурс ім. П.І. Чайковського, Москва (Росія);
- музикальний конкурс «Євровидення».

9) спортивні події:

- Олімпіади і міжнародні змагання;
- автогонки Формула 1;
- автогонки NASCAR, США;
- ралі;
- мотогонки.

10) міжнародні технічні салони:

- авіасалон в Ле Бурже, Париж (Франція);
- авіакосмічний салон в Жуковському (Росія);
- авіасалон в Чжухає (КНР);
- авіасалон на острові Лангкаві (Малайзія);
- автосалон в Женеві (Швейцарія);
- автосалон в Москві (Росія);
- «Салон годин», Женева, Цюрих (Швейцарія). [3, 57]

На сьогоднішній день подійний туризм динамічно розвивається і в Росії. Практично кожен місто в Росії цікаво своїми культурними і спортивними подіями, проходить при невеликому зборі глядачів.

Популярні в Росії і спортивні події, такі, як Кубок Кремля по теннісу, хокейні турніри і футбольні матчі. Значительний ріст в'їзного потоку туристів забезпечив також музикальний конкурс «Євровидення-2009». Щорічно проводиться Московський міжнародний кінофестиваль, різні етнічні, фольклорні і військово-історичні свята.

Великий потенціал перетворитися в події високого світового рівня є у музикальних фестивалів, присвячених всесвітньо відомим російським композиторам. Росія очікує туристського буму від Олімпіади в Сочі в 2014 році. [4, 116]

До кінця року в Росії буде створений єдиний інтерактивний національний календар туристських подій. В ньому буде міститися вся інформація про привабливі для зарубіжних і російських туристів подіях, що відбуваються не тільки в столиці, але і в регіонах.

При розробці календаря буде враховуватися досвід європейських міст, подійний ряд яких суттєво допомагає розвитку туризму. Наразі збирається інформація заявочного характеру про привабливі для туристів події. Над складанням календаря працюють експерти, які ретельно перевіряють події на всіх рівнях. Грамотно подана інформація приверне іноземних туристів в регіони. Найбільше уваги буде приділено низькому сезону, незалежно від часу його настання. Наприклад, в Петербурзі низьким сезоном вважається зима, в Москві ж, навпаки, попит на тимчасове житло падає влітку.

При департаменте туризма создана рабочая группа по военно-исторической реконструкции, члены которой пришли к выводу о целесообразности проведения не более четырех крупных исторических реконструкций в России в год. Сейчас определяются даты, к которым будут приурочены эти мероприятия.

Календарь туристских событий будет составлен так, чтобы турист, приехав в какой-либо субъект Российской Федерации всегда имел возможность посетить понравившееся ему мероприятие. Упор при создании календаря будет сделан в основном на событиях, происходящих в низкий сезон, хотя сезонность в разных регионах России различна. [5]

Если в жизни туристского объекта нет события сложившегося исторически как традиции, его придумывают специально. Следовательно, имеет место проведение кампании по продвижению туристского продукта, ориентированного на событие, привлечение массы посетителей, следовательно, получение дохода от туристов желающих посетить местность не только с целью осмотра достопримечательностей, но и с целью познакомиться с культурой и бытом какой-либо страны или региона.

Стимулирование продаж туристских услуг способствует активизации продаж туристских услуг, ускорению ответной реакции и положительному подкреплению поведения потребителей.

Продвижение товара – это система мероприятий, направленных на увеличение объема продаж. Продвижение товара сочетает в себе такие маркетинговые мероприятия, как рекламу, формирование общественного мнения (паблик рилейшнз – ПР), прямые продажи, стимулирование сбыта и пропаганду. Первые три метода обычно объединяют под одним понятием – формирование коммуникаций.

Объектами стимулирования сбыта в туристском бизнесе могут быть конечные потребители (потенциальные и реальные туристы).

Основными задачами стимулирования сбыта для конечных потребителей являются:

- поощрение более интенсивного потребления туров или отдельных туристских услуг;
- побуждение к приобретению новых туров или услуг, которыми потребитель ранее не пользовался;
- формирование лояльности к компании;
- напоминание о поездке (сувениры, подарки);
- привлечение клиентов конкурентов. [6]

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков. Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию, этот вид туризма можно постоянно пополнять. Это говорит о том, что событийный туризм будет актуален всегда и правительства стран или регионов должны уделять этому виду туризма должное внимание. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Основным достоинством событийного туризма является и тот факт, что для развития данного вида туризма не требуется наличие богатых туристско-рекреационных ресурсов. Таким образом, событийный туризм является альтернативным видом туризма для регионов, не обладающих выдающимся историко-культурным наследием, а также природными ресурсами. Кроме того, событийный туризм способствует продвижению национального туристского продукта, развитию межрегиональных связей, а это, в свою очередь, увеличивает престиж региона или страны, делает его наиболее популярным для туристов, привлекает инвесторов, положительно влияет на экономическую составляющую региона или страны посещения, повышает туристский ресурсный потенциал страны в целом.

Використанні джерела:

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учеб. Пособие / А.В. Бабкин - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с. (Высшее образование).
2. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе/Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – Изд. 2-е. доп. и перераб. – Ростов н/Дону: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010.
3. Карнавалы. Праздники / Ред. группа: Т. Каширина, Т. Евсеева – М.: Мир энциклопедий, 2005. – 184 с.: ил. – (Самые красивые и знаменитые).
4. Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. - 2007. - № 6.
5. <http://www.ratanews.ru>
6. Алексеева, О.В. Программно-целевой метод стратегического планирования как условие устойчивого развития туризма в регионе [Текст] / О.В. Алексеева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. - №8 (32). гос. рег. статьи 0421100034/. - Режим доступа к журн.: <http://uecs.mcnp.ru>

УДК 911.3

Пендерецький О.В.

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

Запропоновано кластерні підходи щодо становлення промислового туризму в нашій державі. Показано, що ідентифікація туристичного кластера (ресурси, структура, межі, вид) необхідна в процесі його формування, розвитку і подальшого вдосконалення. Важливе місце займають взаємозв'язки між його елементами, які ґрунтуються не тільки на економічній вигоді учасників кластеру, але і орієнтовані на створення і реалізацію якісних туристичних послуг, що задовольняють потреби як туристів, так і території.

Ключові слова: промисловий туризм, туристичний кластер, учасники кластеру, середовище існування кластеру, взаємозв'язки, туристичний продукт.