

ОРГАНИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И ВЫСТАВОК В РАМКАХ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Фоменок О.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Для современного и искушенного туриста классические туры все чаще становятся однообразными и ничем не примечательными. В последнее время все больше обстоятельств указывают на необходимость появления чего-то необычного и «свежего» как для туристических групп, так и для компаний, стремящихся провести свои мероприятия в особенной обстановке.

Событийный туризм дает возможность пережить настоящее приключение, наполнив путешествие живыми событиями, причем по заранее выбранной концептуальной идее, которая упорядочит все действия, исключив вероятность испортить тур большим числом экскурсий и мелькающей вереницей нескончаемых достопримечательностей с плохо усваиваемой информацией.

Объектом исследования являлся событийный туризм, предметом – актуальное состояние и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь.

Цель исследования – проанализировать актуальное состояние и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь.

Для реализации поставленной цели исследования были решены следующие задачи: определить теоретико-методологические основы организации событийного туризма, проанализировать актуальное состояние событийного туризма в Республике Беларусь, выявить перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь.

Событийный туризм – уникальный шанс для туриста стать свидетелем величайших событий в мире спорта, культуры и искусства. Такие поездки остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни.

Событийный туризм – это возможность болеть за любимую команду на чемпионатах мира по футболу, петь вместе со своими кумирами на Евровидении или перевоплотиться на уникальном Венецианском карнавале, пройтись по улицам Канн в период Кинофестиваля вместе со звездами кино.

Ныне событийный туризм, или «events» – одно из самых молодых и перспективных направлений туризма. Основное преимущество событийного туризма – возможность совмещать традиционный отдых с посещением крупнейших мероприятий мира, таких как различные чемпионаты, концерты, выставки, фестивали. В качестве events-туров могут также рассматриваться инсентив-поездки, организованные для поощрения сотрудников компаний, или выезды на те или иные семинары, совещания или встречи. Под событийным туризмом также понимается туристская деятельность, связанная с редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран.

Отличие событийного от других видов туризма в том, что турист путешествует не с абстрактной целью – поразвлечься, а с четким осознанием того, куда и зачем он едет. При этом можно весьма успешно сочетать посещение выбранных мероприятий с традиционным туризмом – отдыхом у моря либо экскурсиями по различным историческим достопримечательностям. Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, в связи с чем участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу: гостиницам, транспорту (удобство, доставка к месту события), предприятиям общественного питания и особенно к услугам гидов-переводчиков.

Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события, т. е. на события национального или международного уровня.

Событийный туризм также можно классифицировать на несколько видов по такому признаку, как тематика события. В событийном туризме выделяются несколько тематических видов: национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны.

Есть несколько вариантов совершения путешествий. Можно поехать на конкретное событие и пробыть на нем все время его прохождения, а по окончании вернуться домой. Или же возможно приурочить отпуск к какому-либо событию, и после окончания последнего продолжить отдых в данной стране.

Особенностью событийного туризма является то, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных.

Маршрутов событийного туризма может быть множество, поскольку каждый турист желает посмотреть что-то уникальное, но общая картина заинтересованности иностранного туриста в Республике Беларусь типична. Это исторические направления, связанные с Великим княжеством Литовским, Речью Посполитой, Российской империей, развитием христианской культуры на восточно-славянских землях.

Помочь в выборе нестандартных и интересных маршрутов любителей событийного туризма призван проект EventGuide.ru. Портал www.EventGuide.ru – это информационный ресурс премиум сегмента о самых интересных и значимых событиях и мероприятиях, проходящих в мире. События освещаются с точки зрения туриста, желающего их посетить. Удобная система поиска по странам, тематике и датам позволяет находить оригинальные идеи для будущего отпуска.

Резюмируя сказанное, отметим, что событийный туризм охватывает проведение спортивных мероприятий, выставок, фестивалей и карнавалов.

Для организации событийного туризма необходима реализация ряда условий: 1) транспортировка туристов; 2) размещение людей в удобном месте (размещение должно быть организовано таким образом, чтобы дорога от отеля до места проведения мероприятия не занимала более часа); 3) составление программы тура таким образом, чтобы туристы были в состоянии посетить все запланированные мероприятия; 4) обеспечение программы отдыха и развлечений. Целевая аудитория событийного туризма – обеспеченные туристы с доходом выше среднего.

К событийному туризму можно отнести юбилеи городов, Дни письменности, «Дажынкі», различные фестивали, рыцарские турниры, спортивные мероприятия и пр.

Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение: в период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии; потребительский спрос значительно превышает предложение, наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества. В связи с этим совершенствование организации событийного туризма в Республике Беларусь представляется актуальной задачей.

Как видно из рассмотренного материала, события, на которых государство и турфирмы могли бы хорошо зарабатывать, происходят в Республике Беларусь достаточно часто. Поэтому при наличии у руководителя турфирмы календаря значимых мероприятий еще до наступления Нового года, значительно расширяются возможности компании и простор для маневров (можно включить посещение мероприятия в традиционные экскурсионные туры по Беларуси, можно подготовить с учетом их проведения эксклюзивные туристические программы). Таким образом, распространение календаря и проведение широкомасштабной ре-

кламной деятельности, информирующей о событиях, происходящих в культурной, деловой и спортивной жизни Беларуси, позволит привлечь в страну иностранных туристов и подтолкнуть к путешествию по родной стране самих белорусов.

Событийный туризм в Республике Беларусь делает первые шаги. При этом сохраняется общая тенденция, характерная для развития туризма в целом в стране: выездной туризм преобладает над въездным. Въездной и внутренний событийный туризм, приносящий прибыль, широкого развития в Республике Беларусь еще не получил. В стране пока не сформировались периодически повторяющихся общественно значимых мероприятий, привлекающих большие массы белорусских и зарубежных туристов. Кроме того, проблемными местами белорусских фестивалей и прочих мероприятий, способных стать ресурсной базой событийного туризма, являются отсутствие сувениров по тематике события, брошюр и плакатов, специальных экскурсионных программ для посетителей, аттракционов, а также размещение в гостинице.

На наш взгляд, для развития событийного туризма в Республике Беларусь необходимо:

- выделение ряда наиболее значимых городских событий, которые должны стать дополнительным фактором привлечения туристов в страну (День города, ежегодные фестивали, праздники, выставки);
- проведение ширококомасштабной рекламной деятельности, информирующей о событиях, происходящих в культурной, деловой и спортивной жизни Беларуси;
- составление и распространение календаря значимых мероприятий, проходящих в стране.
- развитие сервисной структуры на туристических экскурсионных объектах.

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ РАДИАЦИОННО БЕЗОПАСНЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Фурманов А.Г., д-р пед. наук, профессор, Леонова В.В., канд. техн. наук, доцент,
Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

В результате Чернобыльской катастрофы в Республике Беларусь радиоактивному загрязнению плотностью выше 37 кБк/м² (1 Ки/ км²) по цезию-137 подверглось 23 % территории, на которой было расположено 2929 населенных пунктов (н.п.) [1]. Наиболее пострадавшими оказались Гомельская, Могилевская и Брестская области. После естественного распада коротко- и среднеживущих радионуклидов основную опасность представляют радионуклиды цезия-137 и стронция-90, имеющие периоды полураспада 30 и 29,12 лет соответственно, а также долгоживущие радионуклиды плутония-238,239,240 и америция-241. По прогнозам на ближайшую перспективу значительная часть территории республики будет оставаться зоной радиоактивного загрязнения: в 2016 г. – 16 %, в 2046 – 10 % общей площади. Для сравнения: на территории Украины оно составляет 5 %, России – 0,6 %. Это свидетельствует о более сложных и тяжелых последствиях Чернобыльской катастрофы для Беларуси по сравнению с Россией и Украиной. В соответствии со статьей 4 Закона Республики Беларусь «О правовом режиме территорий, подвергшихся радиоактивному загрязнению вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС», к зонам радиоактивного загрязнения относятся территории, где плотность загрязнения почвы цезием-137 составляет 37 кБк/м² (1 Ки/км²) и более, стронцием-90 – 5,5 кБк/м² (0,15 Ки/км²) и более, плутонием-238,239,240 – 0,37 кБк/м² (0,01