

**PROSPETTIVE DI EVOLUZIONE EVENTI NEL TURISMO NELLA
REPUBBLICA DI BIELORUS****A. O. Surina***Università tecnica statale di Gomel in onore del nome P. O. Suhoi Gomel,
Repubblica di Bielorussia*

Supervisore E. N. Karchevskaya

La rilevanza del tema di ricerca è dovuta al fatto che il turismo di eventi di oggi è la zona più attraente del turismo nei territori che non hanno condizioni sufficienti per lo sviluppo stabile del mercato dei servizi turistici, come condizioni climatiche favorevoli, infrastrutture e comunicazioni sviluppate, politica dei prezzi favorevole.

L'oggetto della ricerca sono le risorse turistiche della Repubblica di Bielorussia.

L'oggetto della ricerca sono le tendenze nell'organizzazione di eventi culturali nella Repubblica di Bielorussia.

Lo scopo del lavoro di ricerca è quello di offrire un prodotto turistico del turismo di eventi.

Per raggiungere questo obiettivo è necessario risolvere i seguenti compiti:

- turismo evento di marketing research;
- Sviluppo di proposte per il miglioramento del turismo di eventi.

Nell'ambito di questo studio, viene utilizzata la metodologia di ricerca: il design del servizio, che implica un metodo di intervista.

La progettazione del servizio consente, in base alla progettazione della risposta del consumatore previsto quando interagisce con un prodotto o un servizio, di creare una serie di possibili soluzioni per migliorare la comunicazione. In altre parole, questo è un insieme di tecniche, grazie alle quali possiamo prevedere quali impressioni ed esperienze il consumatore riceverà quando sceglie e utilizza il nostro servizio o prodotto [1].

Esistono i seguenti metodi di ricerca dei clienti nella progettazione dei servizi:

- analisi degli inconvenienti;
- "acquirente segreto";
- 5 perché;
- domande nel contesto;
- "mocassini";
- "Pensa ad alta voce";
- osservazione;
- intervista.

Per il nostro studio, scegliamo il metodo dell'intervista. Il metodo dell'intervista si distingue per la rigida organizzazione e le ineguali funzioni degli interlocutori: l'intervistatore pone domande all'interessato, mentre non ha un dialogo attivo con lui, non esprime la sua opinione e apertamente non rivela la sua personale valutazione delle risposte del test o delle domande [2].

Trucco carta turistica (Figura 1).

"Desiderio" include il bisogno del turista di impressioni vivide, un cambiamento di scenario, un buon passare del tempo, un aumento del livello culturale.

"Ricerca delle informazioni" comprende lo studio del tempo di inoltro dell'evento, la sede dell'evento, il prezzo del biglietto per l'evento, la ricerca dell'azienda per un viaggio al festival "Slavianski Bazaar a Vitebsk".

"Azione" implica l'inizio di prendere misure per un viaggio al festival "Slavianski Bazaar a Vitebsk", ad es. comprare un biglietto, prenotare un hotel, stabilire un budget per un viaggio, ecc.

"Percorso" indica il modo speso direttamente per visitare il festival (forse breve e lungo).

"Assimilazione" significa familiarità con il terreno non familiare: la sede del festival, la sequenza di eventi, il comportamento in un evento sconosciuto, ecc.

"Partecipazione" include la visualizzazione del concerto/evento e la partecipazione come spettatore, un modo per visualizzare l'evento.

"Tempo libero" è il tempo trascorso dopo/prima del concerto/evento. Ad esempio: una passeggiata intorno al sito del Bazar slavo", ecc.

"Impressioni" – il risultato finale di un viaggio nel "Bazar slavo", cioè quando una persona condivide le sue emozioni dopo aver partecipato a un evento, racconta a chi lo circonda le sue impressioni.



Fig. 1. Carta turistica

Le più problematiche sono le seguenti fasi:

- 1) "sviluppo";
- 2) "partecipazione";
- 3) "tempo libero".

Nella prima fase, è stata proposta la seguente domanda per l'intervista:

Vorresti che "l'apertura del bazar slavo" iniziasse (ogni anno) con un evento specifico (ad esempio, il tappeto rosso)?

Nella seconda fase, è stata proposta la seguente domanda per l'intervista:

Pensi che sia necessario modernizzare il formato del festival "Slavianski Bazaar"?

Le seguenti domande sono state compilate per l'intervista della terza fase:

C'è abbastanza intrattenimento nel sito del bazar slavo?

Conosci artisti ospiti, conosci il loro lavoro?

Pensi che sia un'idea interessante avere un "tappeto rosso nel bazar slavo"?

Sono stati intervistati i potenziali consumatori e le persone che hanno visitato il "Bazar slavo di Vitebsk".

L'analisi ha mostrato che il 75 % degli intervistati vorrebbe che il festival, ogni anno, iniziasse con un evento specifico. Il 75 % degli intervistati ritiene che il festival "Slavic Bazaar" debba essere modernizzato. Questo può essere fatto attraverso un evento aggiuntivo, che sarà un'aggiunta interessante al concerto. Questo evento può anche essere trasmesso in televisione, che attirerà più "Visualizzatori di casa".

Alla domanda se c'è abbastanza intrattenimento nel sito di Slavianski Bazaar, hanno risposto come segue: 50 % – sì; 37,5 % – no; 12,5 – abbastanza, ma di più. Più della metà degli intervistati ritiene che l'intrattenimento aggiuntivo troverà ancora i suoi spettatori. Inoltre, il 50 % degli intervistati ha dichiarato di non conoscere tutti gli artisti invitati, il 25 % conosce tutti e il 25 % non ha familiarità con nessuno. Dalla percentuale di questa risposta, possiamo concludere che un'ampia percentuale di intervistati non ha familiarità

con gli artisti che si esibiscono al festival. Questo problema può essere risolto dall'evento proposto: il "tappeto rosso". Questo aiuterà a familiarizzare con gli artisti, con il loro lavoro, i loro meriti, ecc. Il 100 % degli intervistati ha dichiarato di considerare interessante l'idea di un "tappeto rosso".

Da questi risultati di ricerca, possiamo offrire un evento aggiuntivo sul sito del festival "Slavianski Bazaar" – il "tappeto rosso". Secondo i risultati degli intervistati, l'evento di fondo considera il 100 % degli intervistati interessante. Questo evento è popolare in tutti i festival famosi del mondo e ha un alto interesse del pubblico.

Lo studio suggerisce le seguenti conclusioni: "La tappeto rosso" contribuirà a modernizzare il formato del festival "Slavianski Bazaar", aiuterà ad attrarre nuovi spettatori, migliorerà l'immagine del festival, presenterà le nuove generazioni agli artisti onorati delle repubbliche vicine.

Letteratura

1. Perché il design del servizio sta diventando più popolare?. – Modalità di accesso: <http://chp.com.ua/all-news/item/24239-pochemu-servis-dizayn-stanovitsya-vsyo-bolee-vostrebovannyim>. – Data di accesso: 02.2.2019.
2. Metodo dell'intervista. – Modalità di accesso: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – Data di accesso: 02.2.2019.