

РАЗВИТИЕ НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. А. Кравченко

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская, канд. геогр. наук, доцент

Фестивальный туризм возник сравнительно недавно и является чрезвычайно интересным направлением в туристическом бизнесе. Фестиваль как организационно-художественная форма получил распространение в области зрелищных искусств – театра, музыки, цирка, кинематографа и даже телевидения.

Изучению фестивалей и фестивального туризма посвятили свои работы многие ученые. А. С. Кусков и Ю. А. Джаладян дали определение фестиваля, тенденции развития фестивалей изучены А. М. Берлянт. Б. В. Периль в своей работе рассматривает характеристики фестивалей. А. М. Берлянт предлагает классификацию фестивалей в зависимости от различных факторов (масштаба, тематики, географии, продолжительности, жанра и др.). Б. Бессонова и Д. Кланч акцентируют внимание на фестивальном туризме, выделяют его разновидности и подчеркивают особенности. М. Б. Биржаков изучает приоритетные и наиболее распространенные тематики фестивалей. Н. Г. Можяева проводит различия между фестивалями и концертами. Т. Н. Третьякова подчеркивает рекламные и коммуникационные ресурсы фестиваля. Б. Карлоф выделяет характерные черты фестивального туризма. А. В. Бабкин подчеркивает основные задачи фестиваля [1]–[4].

Цель исследования – разработка новых направлений фестивального туризма в Республике Беларусь. В данной работе использованы методы опроса и наблюдения. Для анализа туристского потенциала дестинации была предложена усовершенствованная методика аттрактивности ресурсов фестивального туризма.

Проведено исследование потенциальных потребителей фестивального туризма на территории Республики Беларусь. Для изучения мнений о белорусских фестивалях был проведен онлайн опрос. В опросе приняло участие 38 респондентов в возрасте от 16 до 60 лет.

Опрос показал, что 48,6 % респондентов участвовало в проводимых фестивалях. «Идеальный» фестиваль для опрашиваемых видится интересным, масштабным, с хорошими исполнителями, заманчивым, стилизованным, доступным по цене, месту проведения.

Как показало исследование, главная проблема проводимых фестивалей в Беларуси – плохое рекламное сопровождение. В большинстве своем люди знают только те фестивали, которые проходят недалеко от их местности. В основном информацию о фестивалях потребители получают из интернета, прежде всего из социальных сетей, а также от друзей и знакомых.

Основная цель посещения фестивальных мероприятий – это способ разнообразить повседневную рутину, общение с друзьями, новые знакомства.

Как оказал опрос, наиболее популярны музыкальные фестивали, затем этнические и гастрономические. Музыкальные фестивали всегда являлись популярным направлением, а вот гастрономических фестивалей на территории Беларусь немного, поэтому это направление можно еще развивать.

В фестивалях, которые проходят на территории Беларуси могло бы участвовать гораздо больше людей. Помимо неэффективной рекламы, есть и проблема транспортного обеспечения туристских прибытий. Если организаторы фестиваля предоставляют трансфер с приемлемыми ценами, то количество участников увеличивается в разы.

Для оценки туристско-рекреационных ресурсов дестинации использована усовершенствованная методика аттрактивности ресурсов фестивального туризма (1):

$$I_o = \frac{\sum_{i=1}^n N + \sum_{i=1}^n A + \sum_{i=1}^n B + \sum_{i=1}^n K + \sum_{i=1}^n G}{\sum_{i=1}^n N_{\max} + \sum_{i=1}^n A_{\max} + \sum_{i=1}^n B_{\max} + \sum_{i=1}^n K_{\max} + \sum_{i=1}^n G_{\max}}, \quad (1)$$

где I_o – показатель аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов региона; N – оценка природно-рекреационных ресурсов; A – оценка архитектурных ресурсов; B – оценка развлекательных ресурсов; K – оценка этнографических ресурсов; G – оценка исторических ресурсов.

Оценка выставлялась экспертным методом в баллах. Расчетный показатель аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов региона составляет:

$$I_o = \frac{18}{25} = 0,72.$$

Анализ аттрактивности показал достаточно высокий уровень, что свидетельствует о конкурентоспособности туристских ресурсов Гомельской области.

В качестве нового направления фестивального туризма в Республике Беларусь предлагается организовать гастрономический фестиваль Великого княжества Литовского и окунуться в середину XIII в.

Вариант названия фестиваля – «У госці да Славянаў». Проверка нашего названия на уникальность в поисковых системах Яндекс и Гугл выдает ссылку с похожим названием «У госці да братоў Славянаў». Однако это оказывается дневник путешественника. Больше в поисковой системе Гугл не оказалось похожих названий, что говорит об уникальности названия фестиваля.

Сам фестиваль будет проходить только на территории тех стран, которые входили в состав ВКЛ в середине XIII в. И с каждым годом место проведения фестиваля будет меняться. В то же время приглашенные страны будут участвовать для выставления своих сказок и национальной кухни.

В настоящее время в каждой стране существует своя валюта, но это неудобно, чтобы осуществлять покупки. На территории фестиваля будет введена определенная валюта – серебрянный шестяк, которую можно будет поменять на свою валюту в определенном банке на территории фестиваля, также можно осуществлять покупки при помощи банковских карт.

Территория фестиваля будет поделена на секторы сказок. Сектор заключается в определенном домике с персонажами сказок, в котором можно будет покушать

и познакомиться с кухней той или иной страны. Сколько сказок столько и домиков. Помимо этого каждый желающий может сфотографироваться с любимыми персонажами сказок, посмотреть постановку этих сказок и приобрести себе на память игрушку понравившегося персонажа, сборник сказок или одну любую сказку, а может сам составить себе сборник понравившихся сказок.

В каждом секторе будет представлена определенная площадка с виртуальной реальностью, где желающие могут побороться со злодеями сказок. Также будет проводиться квест сказок, в котором необходимо сразиться со злыми героями, найти новые решения, чтобы выбраться. В квест можно будет играть с друзьями, а также соревноваться между командами разных стран. Будет игра под названием «Откуда я», суть которой заключается в том, чтобы определить, с какой сказки тот или иной герой, пройти правильно испытания, помочь героям выбраться из затруднительного положения. Каждый желающий может также сам поучаствовать в сценке сказки. На фестивале будет проводиться конкурс «Напиши свою сказку», где каждый желающий может написать авторскую сказку, а победителя выберут по числу голосов на сайте. По мотивам сказки, которая выиграла, будет поставлена постановка, а победитель получит денежный приз или подарок.

Ожидаемые результаты проектного фестиваля. Социальный эффект составит около 5000 посетителей, экономический эффект выражается в дополнительной прибыли – 1000 р. Для окупаемости проекта необходимо задействовать примерно 3000 человек.

Таким образом, фестиваль является перспективным, уникальным и доступным для всех слоев населения. Данное направление будет интересно как взрослым, так и детям. В фестивале акцент больше делается на детей, но, чтобы родители не скучали, для них разработана специальная программа. Каждый может поучаствовать в мастер-классах по приготовлению славянской кухни, конкурсах «еда на скорость», «узнать с закрытыми глазами на вкус какой страны блюдо», в мастер-классах по плетению оберегов. Для поддержания физической активности разработаны спортивные игры в славянских костюмах, такие как игра в дартс, игра в горячую картошку, игры в мафию со славянскими персонажами и в старославянской одежде.

Л и т е р а т у р а

1. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-н/Д : Феникс, 2008. – 117 с.
2. Берлянт, А. М. Картография : учебник / А. М. Берлянт. – М. : КДУ, 2010. – 328 с.
3. Бессонова, Б. Туризм и культурное наследие : межвуз. сб. науч. тр. / Б. Бессонова. – М. : 2008. – Вып. 1.
4. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – М. ; СПб. : Нев. фонд, 2002. – 192 с.