ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

FESTIVAL TOURISM AS A CONSTITUENT PART OF EVENT TOURISM

УДК 338.48

Стрембицкая Лилия Игоревна, обучающаяся 1 курса бакалавриата, кафедра туризма факультета географии, геоэкологии и туризма Таврической академии, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

Strembitskaya L.I. strembitskaya2002@mail.ru

Аннотация

Работа посвящена изучению и анализу фестивального туризма, как составляющей событийного туризма, его основных задач, характерных черт, а также влияния на развитие туристской дестинации. В статье уделяется внимание истории появления и развития фестивального движения, описывается его роль в современном обществе, масштабы и способы проведения фестивалей и карнавалов. В работе рассматривается целевая аудитория фестивальных туров, цели участников фестивального туризма, их требования и предпочтения. Особое внимание уделяется экономическому значению подобных мероприятий для развития данного вида туризма в регионе, наряду с лимитирующими факторами.

Annotation

The article is devoted to the research and analysis of festival tourism as a constituent part of event tourism, its main goals and objectives, distinctive features as well as its influence on development of tourist destinations. The article gives information on the history of emergence and development of festival movement and its role in the modern society; scales and means of organization and holding festivals and carnivals are described. The target customers of festival tours, the aims, requirements and preferences of festival participants are examined. The particular attention is paid to economic significance of such events for the development of the given type of tourism in a region alongside with their limiting factors.

Ключевые слова: фестивальный туризм, фестиваль, карнавал, особенности организации, целевая аудитория, событийный туризм.

Key words: festival tourism, a festival, a carnival, distinctive features of organization, a target group, event tourism.

Событийный туризм – это один из видов туризма, при котором туристская деятельность связанна с различными событиями, которые приурочены к общественным событиям или природным явлениям.

К основным тематическим видам событийного туризма относятся национальные фестивали и праздники, карнавалы, театрализованные шоу, модные показы, гастрономические фестивали, спортивные события, паломничество, личные события (свадебные туры и прочее).

В современном мире популярность фестивалей растет с каждым годом, привлекая все большее количество туристов, многие из них уже стали визитной карточкой регионов. Под фестивалем понимается периодически повторяемое или ежегодное событие, которое организовывается определенной группой лиц, с целью привлечения внимания к праздникам или традициям различных народов [6]. Основной задачей фестивального туризма считается возможность «подарить» посетителям атмосферу праздника, незабываемые ощущения и яркие воспоминания. Большинство регионов с

активно развивающейся туристической инфраструктурой ставят своей целью создание новых объектов и мероприятий для привлечения гостей, а фестивали-праздники являются одними из таких способов достижения цели. Праздники могут быть совершенно разные по тематике, поэтому турист не будет ограничен в выборе.

Проведение фестивалей в последние десять лет стали особенно востребованы у туристов, что повлияло на создание новых способов их проведения, изменение масштабов событий, финансирования, механизмов взаимодействия с органами управления культурой, потенциальными спонсорами и средствами массовой информации.

Для выявления особенности организации современного фестивального туризма, необходимо проанализировать историческое развитие фестивального движения.

В истории каждого народа существовали праздники, связанные с их повседневной жизнью, верованиями, обычаями и традициями, трудовой деятельностью. Современное фестивальное движение берет свое начало еще в Древней Греции, когда люди стали путешествовать с целью развлечения. Греки стали проводить спортивные фестивали, которые потом превратились в первые Олимпийские игры. Они стали древнейшими и наиболее популярными общегреческими празднествами, которые привлекали большое число участников и зрителей.

Как следует из вышесказанного, многие из существующих в наше время фестивалей зародились достаточно давно и имеют продолжительную историю развития, но есть и такие, которые появились сравнительно недавно исключительно в развлекательных целях.

Отдельно можно выделить карнавалы, ведь именно они стали для некоторых стран одним из главных источников денежных поступлений.

В настоящее время фестивали и карнавалы прочно вошли в культурную жизнь мирового сообщества. Практически в каждом крупном городе мира проводится от одного и более фестивальных мероприятий, а

событиями для проведения самих фестивалей становятся национальные, культурные, городские и религиозные праздники. Основными предпосылками для развития фестивального туризма являются, прежде всего, существующие объекты наследия культуры и истории, что делает данный вид схожим с культурно-познавательным туризмом. В случае, если территория проведения фестиваля не имеет своей уникальной истории или легенды, то ее придумывают искусственно. Потенциал фестивального туризма неисчерпаем, практически каждая страна имеет ресурс для его развития.

Главной целью участников фестивального туризма является развлечение, но немаловажное значение имеет и организация досуга, а также дополнительные познавательные экскурсии. Фестиваль позволяет гостям становиться живыми свидетелями и участниками величайших событий в мире спорта, культуры и искусства.

Фестивальный туризм может включать в себя не только посещение самого события, но и трансфер, размещение, экскурсионное обслуживание, то есть необходимо создание комплексного туристского продукта, в основе которого находится посещения фестиваля-праздника. Участники фестивальных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, к транспорту (удобство доставки к месту события), к предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков. Вследствие того, что стоимость фестивальных туров достаточно высока, отмечается их доступность людям примерно одного круга с высоким уровнем достатка и со схожими требованиями. Таким образом, основная целевая аудитория фестивального туризма - это обеспеченные туристы с доходами выше среднего, которые готовы заплатить значительную сумму за возможность посетить интересующее его событие, как внутри страны проживания, так и за ее пределами. Согласно статистике, на посещение всемирно известного

фестиваля среднестатистический турист тратит от 2000 до 5000 долларов США за поездку.

Лимитирующим фактором для проведения фестивалей являются погодные условия, так как большинство праздников проходит под открытым небом, а некоторые туристы предпочитают оставаться ночевать в палатках на территории фестиваля. Именно поэтому многие мероприятия проводятся в летнее время при наиболее благоприятных погодных условиях.

При организации фестивальных туров следует также учитывать ряд предпочтений туристов, включающих в себя:

– расположение отеля рядом с местом проведения фестиваля;

– наличие качественного питания;

– близость или транспортная доступность к основным достопримечательностям, являющимися визитными карточками;

– наличие точек продажи сувенирной продукции и магазинов.

Мероприятия фестивального туризма имеют важное экономическое значение: в период проведения мероприятия активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии, что в ряде случаев приводит к преобладанию потребительского спроса над предложением.

Кроме того, развитие фестивального туризма способствует созданию новых рабочих мест, а соответственно и обеспечивает занятость местного населения [2].

Организаторами подобных массовых мероприятий могут быть государственные структуры, бизнес-структуры, религиозные структуры, благотворительные фонды, политические партии, общественные движения, коммерческие и международные организации, частные лица, а также туроператоры. Организаторы фестивалей, как правило, стараются ограничить проведение мероприятия четкими временными рамками и сохранить эту тенденцию на протяжении долгих лет, что позволяет сделать фестиваль более узнаваемым, сохранить существующую целевую аудиторию и привлечь

новых посетителей. Точные временные рамки фестиваля, а также его непродолжительность положительно влияют на его посещаемость, заставляя посетителей планировать и бронировать путешествие заблаговременно. Туристы, которые стремятся стать участниками события, являются потенциальными потребителями и других видов туризма в регионе, а срок их пребывания соответствует срокам проведения мероприятия. Систематическое проведение фестиваля оказывает положительное влияние на развитие туризма в туристской дестинации.

Например, крупнейший карнавал в Рио-де-Жанейро – это вечеринка в режиме нон-стоп исключительно в бразильском стиле, представляющая собой бесконечный парад самбы и красочных костюмов, которая проходит ежегодно с 28 февраля по 4 марта, а знаменитый фестиваль Октоберфест в Мюнхене проходит со второй половины сентября до первых выходных октября [1].

Таким образом, благодаря разнообразию фестивалей, оригинальности наполнения программы мероприятий, использованию разных форм рекламы, деятельности средств массовой информации, события становятся популярны у туристов. Различные группы населения вовлекаются в профессионально организованное, положительно эмоционально окрашенное информационное поле, а также добровольно избирают форму своего участия в программе фестиваля: от простого созерцателя к непосредственному участию в нём.

Литература

1. 20 самых масштабных фестивалей и карнавалов мира [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.fresher.ru/2014/01/25/20-samyx-masshtabnyx-festivalej-i-karnavalov-mira/ (дата обращения 19.06.2020).
2. Воронина А.Б. Фестивальный туризм как значимая составляющая событийного туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/festivalnyy-turizm-kak-znachimaya-sostavlyayuschaya-sobytiynogo-turizma (дата обращения 18.06.2020).

3. Использование фестивалей в практике формирования туристического бренда [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/sport/00696148_1.html (дата обращения 18.06.2020).
4. Особенности развития фестивального туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://studwood.ru/1023632/turizm/osobennosti_razvitiya_festivalnogo_turizma (дата обращения 17.06.2020).
5. Особенности развития фестивального туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://studfile.net/preview/8148862/page:3/ (дата обращения 17.06.2020).
6. Современные особенности организации фестивального туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://vikidalka.ru/2-207624.html (дата обращения 19.06.2020).

Literature

1. 20 most large-scale festivals and carnivals in the world. [Electronic resource] / Mode of access: https://www.fresher.ru/2014/01/25/20-samyx-masshtabnyx-festivalej-i-karnavalov-mira/ (date of access 19.06.2020).
2. Voronina A. B. Festival tourism as a significant component of event tourism. [Electronic resource] / Mode of access: https://cyberleninka.ru/article/n/festivalnyy-turizm-kak-znachimaya-sostavlyayuschaya-sobytiynogo-turizma (date of access 18.06.2020).
3. Using festivals in forming tourist brand practice. [Electronic resource] / Mode of access: https://revolution.allbest.ru/sport/00696148_1.html (date of access 18.06.2020).
4. Peculiarities of festival tourism development. [Electronic resource] / Mode of access: https://studwood.ru/1023632/turizm/osobennosti_razvitiya_festivalnogo_turizma (date of access 17.06.2020).

5. Distinctive features of festival tourism development. [Electronic resource] / Mode of access: https://studfile.net/preview/8148862/page:3/ (date of access 17.06.2020).
6. Modern features of organization of festival tourism. [Electronic resource] / Mode of access: https://vikidalka.ru/2-207624.html (date of access 19.06.2020).