

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

В даний час подієвий туризм – це одна з провідних галузей, що динамічно розвиваються. У багатьох країнах саме подієвий туризм відіграє значну роль, а іноді й чільну, в формуванні внутрішньої економіки, створенні додаткових робочих місць і сезонної зайнятості населення, активізує внутрішню торгівлю. Подієвий туризм має великий вплив на такі галузі економіки як транспорт, інфраструктуру та комунікації, будівництво, сільське господарство, виробництво сувенірної продукції та інші, тобто виступає важелем соціально-економічного розвитку. У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні і політико-правові.

За останні роки подієвий туризм привернув велику кількість шанувальників. Такі тури надають унікальну можливість поглянути на відомі туристичні дестинації з іншого боку. Адже останні дослідження показують, що стандартного знайомства з країною вже недостатньо для сучасних туристів, вони хочуть отримати більше задоволення від своєї подорожі.

Сьогодні серед найпопулярніших подієвих турів можна виділити поїздки на карнавали, музичні фестивалі, національні свята, спортивні події, модні покази, гастрономічні тури, відвідування виставок, концерти зірок естради, сафари, відвідування унікальних природних місць, спортивні заходи, заходи різних субкультур.

Серед найбільш яскравих прикладів масштабних заходів світового значення можна привести, які щорічно приймають декілька сотень тисяч чоловік.

1. Канський кінофестиваль. У 2013 р дохід від його проведення склав близько 250 млн. євро. Він задіяв у роботі 3200 чоловік; на нього довелося 10% річної заповнюваності всіх готелів у регіоні.

2. Свято пива Октоберфест у Мюнхені. Щорічно Октоберфест відвідують близько 6 мільйонів відвідувачів. Обслуговуванням фестивалю зайнято 12000 чоловік. Обороти свята в останні роки становить щорічно приблизно 500 мільйонів євро.

3. Бразильський карнавал в Ріо-де-Жанейро. З роками народне свято перетворилося на захід державної ваги і засобом наповнення скарбниці. У 2014 р, наприклад, тільки в Ріо-де-Жанейро туристи залишили 170 млн. доларів.

4. Венеціанський карнавал. Цей карнавал знаменитий участю величезних ляльок-двійників, що пародіюють відомих людей. Щорічно на карнавал у Венеції приїжджають більше 500 тис. туристів з різних країн світу.

5. Великі спортивні змагання: Олімпіади, Універсиади, автогонки «Формула-1», Чемпіонати світу з популярних видів спорту (футбол, хокей, легка атлетика, плавання), турніри Великого шолома по теннісу та інші.

Також широко відомі різні національні фестивалі та свята, театралізовані шоу, концерти зірок класичної, рок- і попмузики, міжнародні покази мод, великі гастрономічні свята, фестивалі квітів тощо. Всі ці та ряд інших заходів збирають тисячі, а деякі – мільйони учасників [15, с. 28].

Заходи подієвого туризму мають велике економічне значення. У період їх проведення активізується діяльність усіх об'єктів туристичної індустрії. Споживчий попит значно перевищує пропозиції, в зв'язку, з чим різко піднімаються ціни на транспортні перевезення туристів і номери в готелях.

Так, стандартний номер в берлінському готелі Hilton надається зазвичай клієнтам по тарифам близько 150 євро на добу, але в період проведення в Німеччині чемпіонату світу з футболу він коштував 400 і більше євро на добу. Статистика стверджує, що кожен учасник Кельнського карнавалу витрачає на квитки, їжу, напої і сувеніри в середньому 160 євро на добу. Окремою статтею витрат є придбання карнавальних костюмів. Кельнський карнавал щорічно приносить економіці Німеччини близько 250 млн. євро.

У європейських країнах і США сфера подієвого туризму є розвиненою та пропонує споживачам широкий вибір заходів, гідних уваги. У цих країнах формуються тенденції в даній сфері, далі адаптуються до національної специфіки інших країн. Розвиток подієвого туризму в Європейських країнах і США пов'язано з тим, що івенти є організованими на найвищому рівні, де використовуються сучасні розважальні технології, яскраві декорації, якісний звук і світло. Велика увага приділяється безпеці заходу, швидкому доступу глядачів на івенти, мінімізації черг на вході та в установах, що надають послуги на території. Це все робить перебування туристів на заходах комфортним і безпечним. По-третє, івенти є брендовими. По-четверте, зі збільшенням об'єму вільного часу на тлі погіршення загальноекономічної ситуації в рекреаційній поведінці населення виявляються дві головні тенденції – дроблення відпускнуго періоду та зростання нетривалих поїздок.

В даний час подієвий туризм набуває все більш глобальний характер. Багато підприємств індустрії туризму, об'єднуючись в великі господарські комплекси, долають рамки окремих держав і долають національні бар'єри.

Подієвий туризм як частина світового туризму має ряд особливостей.

1. Одна з головних особливостей – нерівномірний розподіл міжнародних туристських потоків в різних регіонах і країнах. Туристські потоки сконцентровані в декількох регіонах земної кулі, їх рух має в

основному інтра регіональній характер. В основному туристські потоки концентруються в Європі та Азії. Туристам подобаються заходи, що проводяться тут. Найбільшою популярністю користуються Венеціанський карнавал і Китайський новий рік. Водночас збільшується роль країн Нового Світу в туристських обмінах.

2. В даний час спостерігаються такі пропорції: масові або групові туристи становлять 20–30% від загального числа туристів; інші 70–80% – індивідуальні туристи, які подорожують в довколишні країни, відвідуючи найбільші та великі заходи.

3. Обсяги подорожей з метою відвідування будь-яких подій збільшуються більш динамічно в порівнянні з обсягом ділового туризму.

4. З кінця ХХ в. намітилася тенденція до збільшення тривалості перебування під час міжнародних подорожей і кількості подорожей, що здійснюються протягом року. Перше відбувається в основному за рахунок числа туристів похилого віку, пенсіонерів. Водночас в світовому туризмі відзначається зростання кількості короткострокових поїздок на вихідні дні або на 2–3 ночівлі. Це відбувається за рахунок молодих туристів, які прагнуть вирватися в подорож на кілька днів, щоб не допускати тривалих перерв у роботі.

5. Спостерігається зростання вимогливості клієнтів до сервісу. Це особливо проявляється в міру того, як туристи все більше подорожують і дізнаються про сучасний сервіс. Чим частіше туристи подорожують, тим більшого комфорту вони хочуть, порівнюючи рівень сервісу, що надається, часто щось критикуючи, вимагаючи реклаमाцій.

6. Відзначається зростання мобільності населення. У багатьох є автомобілі, вони легко знімаються з місця і подорожують. Збільшилися туристські витрати, туристи стали витрачати більше грошей під час поїздок. Тепер користуються популярністю нетрадиційні засоби розміщення – гірські шале, мисливські будиночки, бунгало та ін. Туристський продукт стає все більш витонченим і індивідуальним. Створюються нові гастрономічні концепції.

Подієвий туризм сприяє відродженню місцевих культурних традицій, звичаїв, розвитку народної творчості. Уряди різних країн проводять політику його підтримки, так як заходи подієвого туризму роблять позитивний вплив на розвиток регіону та всієї країни і є дієвим інструментом формування позитивного образу країни в світі.

Головною особливістю розвитку сучасного подієвого туризму є потреба в створенні індивідуалізованого туристичного продукту, який би відповідав постійно мінливому комплексному характеру потреб туристів і міг би бути гнучко та швидко трансформований із урахуванням впливу політичних, економічних та інших факторів світового розвитку.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – Ростов–на–Дону : Феникс, 2012. – 384 с.
2. Радіонова О.М. Івент туризм: поняття, сутність, функції // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р. : в 2 т. / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : «Просвіта», 2017. – С. 298–300.

Радіонова О. М., канд. екон. наук, доц.,
Оболенцева Л. В., канд. екон. наук, доц.,
Зьома М. В., студентка, факультет Менеджменту
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, Україна*

МІСЦЕ КІННОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Останнім часом значно зросла роль активного дозвілля. Все більше людей відмовляються від звичного стереотипу проведення вільного часу і переходять в стан поборників найбільш раціональних видів відпочинку, які дозволяють швидко відновити втрачені сили і зміцнити здоров'я. В абсолютно новій якості постав перед людьми в ці останні роки кінний спорт і разом з ним кінний туризм.

У ХХІ столітті ставлення людини до коней змінилося радикально. Тривале використання людством коней сприяло розвитку технічних засобів, модернізації економіки, вдосконалення технічного циклу в промисловості, розвитку соціально економічних процесів в суспільстві.

Особлива увага до коня і його місця в соціально-економічному розширенні суспільства зумовила розвиток наукового підходу до вивчення коней, при цьому наука про коней включала в себе правила розведення, утримання, тренінгу, а також мистецтво верхової їзди або кінний спорт. Кінь почав брати участь в спортивних змаганнях поряд з людиною. Кінний спорт та туризм на кожному історичному етапі залишаються найбільш значущими для великого кола населення, так як цікавість і потреба в конях практично залишається незмінною [2].

На сьогоднішній день кінь має велику цінність, з'явившись для людини чудовим засобом фізичного розвитку, розвагою та активним відпочинком. Кінний спорт і кінний туризм стали захопленням мільйонів людей по всьому світу.

Туристичні фірми пропонують послуги у вигляді кінних турів. Такого роду подорожі пропонують туристам, які хочуть відвідувати різні країни будь-якого рівня підготовки.