

Характеристика подієвого туризму

Візерська М.С. студентка 3 курсу
напряму підготовки «Туризм»
науковий керівник:
кандидат географічних наук,
доцент Буткалюк К.О.

Постановка проблеми. Нині популярність подієвого туризму невпинно зростає. Все більше туристів виявляє бажання долучитися до найрізноманітніших подій, стати частиною світових дійств. Подія при організації таких турів виступає туристсько-рекреаційним ресурсом. Цей вид туризму є досить молодим, ексклюзивним (для забезпечених верств населення). Нині знаходиться на підйомі своєї популярності. При правильній організації ресурсна база такого виду туризму необмежена, невичерпна та досить різностороння.

Аналіз останніх досліджень. Серед науковців, що зробили вагомий внесок у вивчення цієї проблеми останнім часом, слід відмітити праці економістів Ю. Блохіної, Е. Богданової, М. Кабушкіна, туристознавців А. Бабкіна, М. Біржакова, Д. Ісмаєва, В. Квартальнова а також географів – О.Бейдика, І.Смаля та ін.

Метою даного дослідження є вивчення подієвого туризму як новітнього сучасного явища, виявлення його видів, особливостей, популярних та перспективних напрямів.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

- визначити сутність та особливості подієвого туризму;
- дати характеристику основним видам подієвого туризму;
- визначити сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм – вид туризму, основна мета поїздки якого приурочена до певної події. Іноді подієвий туризм називають фестивалієм, або івент-туризмом[3].

Подієвий туризм як спеціально організований вид туризму виник наприкінці ХХ століття. До цього він існував у формі доповнення до інших видів туризму і не виділявся як окремий вид.

О.О. Бейдик, розвиваючи методологію географії туризму, виділяє подієві рекреаційно-туристичні ресурси як найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (політичні, військові, культурні, економічні, екологічні) [1]. А отже, подієвий туризм є не тільки окремим видом туризму, а й займає особливе місце в структурі туристичних послуг.

Нині існує низка класифікацій подієвого туризму [1,2]. На основі вивчених літературних джерел було визначено наступні його види:

1. За періодичністю повторення подій:

- щорічний – відвідання подій, що відбуваються щороку, до них можна віднести: фестивалі національного кіно, різноманітні щорічні виставки, фестивалі, присвячені творчості відомих діячів, щорічні спортивні події, тощо;
- періодичний – відвідання подій, що відбуваються з певною періодичністю, два, три або більше разів на рік. Зазвичай, до таких подій відносяться спортивні, або природні;
- спорадичний – відвідання унікальних подій, які не мають повторення або повторюються вкрай рідко. Це може бути відвідання історично значущих подій, таких як, накриття саркофагом 4-го енергоблоку на Чорнобильській АЕС, Революція Гідності на майдані, або певних спортивних та культурно-масових подій, таких, як Євро-2012, Олімпіада в Сочі, тощо.

2. За тематикою:

- природно-подієвий – вид подієвого туризму, що прив'язаний до природних подій. Наприклад, міграція тварин у національному парку Серенгеті, Танзанія; спостереження за черепахами у Тринідаді і Тобаго; верблюже дербі у Кенії; віслуче раллі у Хорватії; тощо;
- політично-подієвий, що приурочений до відвідання подій у протест або на підтримку політичних діячів та заворушень;
- шопінг-туризм, що відбувається у період сезонних знижок, коли туристи відвідують інші країни з метою зробити покупки;
- національно-історичний – туризм з метою відвідання свят, присвячених певній історичній події, відвідання представниками діаспори національних свят, тощо. Яскравими прикладами є такі події, як свято на честь короля в Амстердамі (Нідерланди), День конституції в Осло (Норвегія), День міста у Мадриді (Іспанія), День республіки у Римі (Італія), історичний кельтський фестиваль у Франції, «Ігри горян» у Шотландії, історична середньовічна реконструкція у Данії, тощо.
- культурно-розважальний подієвий, що передбачає масове відвідання популярних заходів, таких як Октобер-фест у Німеччині, Венеціанський кінофестиваль в Італії, Бразильський карнавал, оперний фестиваль в Італії, театральний фестиваль у Франції, забіг биків в Памплоні (Іспанія), фестиваль повітряних куль у Лейпцигу (Німеччина), фестиваль феєрверків у Монреалі (Канада), концертів відомих виконавців;
- спортивний подієвий туризм має на меті відвідання спортивних подій, авто-веломото гонок, спортивних матчів, марафонів, тощо. Наприклад, Олімпійські ігри, раллі в Алгарве (Португалія), етап «Формули-1», виставка ретроавтомобілів у Штутгарді (Німеччина), авто шоу у Женеві, історичне авто-раллі у Монте-Карло, різноманітні марафони-забіги, що проводяться у Йорданії, Норвегії, Марокко, США, Швейцарії, Китаї та інших країнах;
- екзотичний подієвий – вид туризму, який має на меті відвідання різноманітних незвичайних подій, які носять масовий характер та є незвичними для вітчизняних туристів. Це такі події, як фестиваль масок на Філіпінах, вшанування святої Діви Назаре у Бразилії, День мертвих у Мексиці, індуїстське свято вогнів (Індія), ходіння по розпеченому вугіллю (Сингапур), фестиваль вшанування мавп у Таїланді, тощо;
- інші види.

3. За місцем проведення:

- під відкритим небом (фестивалі, реконструкції, концерти);
- на стадіонах (реконструкції, спортивні події, концерти);
- у спеціально обладнаних приміщеннях (церемонії нагородження, театральні вистави).

4. За мотивами туристів, що відвідують події:

- задоволення пізнавальних потреб;
- висловлення підтримки чи протесту;
- культурний обмін;
- задоволення матеріальних потреб;
- долучення до подій, пов'язаних з рідною країною, народом;
- можливість наочного спостереження подій;
- навчально-пізнавальна мета;
- розважальна мета;
- тощо.

Варто зазначити, що найчастіше політичний подієвий туризм носить характер спорадичного, тоді як шопінг-туризм та природний подієвий відзначається періодичністю. Усі інші види, як правило, щорічні.

Нині подієвий туризм тільки формується як окремий спеціальний вид туризму. Він характеризується дороговизною організації та, як наслідок, високою відпускнуою ціною турів. Зазвичай туристичний пакет не формується навколо відвідування певної події, а включає її відвідання як додаткову опцію, або як одну з багатьох послуг на маршруті.

Подієвий туризм є перспективним як на українському, так і на світовому туристичному ринку, оскільки кількість подій, які представляють інтерес для туристів постійно збільшується. Відповідно, збільшується ресурсний потенціал даного виду туризму. Програми стають насиченішими, цікавішими та можуть охопити все більшу кількість споживачів. Водночас, цей вид туризму є досить незвичним, тому становить об'єкт інтересу з боку туристичних підприємств, які спеціалізуються не на популярних масових, а на нетрадиційних напрямках. Він є високо прибутковим та унікальним. За допомогою подієвого туризму можна привабити найвимогливіших туристів, яких все важче обслуговувати через високу конкуренцію в інших сегментах туристичного бізнесу.

В Україні подієвий туризм почав розвиватися з 90-х рр. ХХ століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу даний вид туризму виділився лише в останні двадцять років. Це викликано потребами людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Слід відзначити, що в нашій державі подієвий туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 р. він пожвавився і туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих поїздок. Збільшення віздного туризму в Україні у зв'язку з подіями не є систематичним і пов'язаний з такими подіями як, наприклад, Євробачення, Євро-2012. Більшість подій носить місцевий і регіональний характер, що рідко приваблює українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму. Основними лімітуючими факторами розвитку подієвого туризму є недосконалий менеджмент та недостатнє фінансування у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання[4, С.124-128].

Українським туристичним порталом «Укртуризм» було проведено аналіз існуючих турів та запити туристів щодо подій в Україні і складено перелік найвідвідуваніших внутрішніх подій :

- Гуморина в Одесі;
- Джазовий фестиваль в Коктебелі;
- Таврійські ігри в Новій Каховці;
- Етнофестиваль «Шешори»;
- Національний Сорочинський ярмарок;
- Казантіп;
- Всеукраїнський фестиваль популярної і рок музики «Тарас Бульба»;
- Чорноморські ігри;
- Дні міст України (День Києва і т.д.);
- Червона рута;
- Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»;
- Рок Екзистенція;
- Міжнародний Гуцульський фестиваль;
- КиївМюзикФест (Київ);
- Форум музики молодих (Київ);
- «Прем'єри сезону» (Київ);
- «Музична Трибуна Київської Молоді» (Київ);
- «Тера Героїка» (Каменець-Подільський);
- Столичне Автошоу;
- Футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга Чемпіонів, тощо;
- Кубок Дерюгіної;

- Кубок Вадима Гетьмана;
- Раллі (PRIME Yalta Rally 2008 і ін.);
- Концерти зарубіжних і вітчизняних зірок;
- Сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre;
- Міжнародні і всеукраїнські виставки та ін.[5].

Таким чином, подієвий туризм володіє високим рівнем ресурсозабезпеченості, комфортності та обслуговування, певною унікальністю, цікавістю та привабливістю, індивідуальністю обслуговування. Незважаючи на певні недоліки, такі як висока ціна турів, яка зумовлена створенням індивідуального туристичного продукту для кожного клієнта та чітку обмеженість у часі споживання послуг, подієвий туризм користується відносно стабільним попитом та найближчим часом досягне піку своєї популярності.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001, 395 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В Туристичний бізнес: теорія та практика: Підручник. - 2-ге вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 368 с.
3. Словник рекреаційних термінів / уклад.: С. С. Беляєва . – Київ : Академія, 2011 . – 181 с.
4. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону: Науковий вісник Ужгородського університету. - 2011. Серія Економіка. Спецвипуск 33. - Частина 4.
5. Український туристичний портал. -[Електронний ресурс]: - Режим доступу: www.ukrtourism.com

Стимулювання продуктивності праці на туристичних підприємствах

Візерська М.С., студентка 3 курсу
напряму підготовки «Туризм»
науковий керівник:
викладач Бартош Л.П.

Підвищення продуктивності праці є важливою складовою частиною системи менеджменту будь-якого підприємства, адже це безпосередньо впливає на його фінансові результати. В сучасних умовах ринкової економіки праця людей орієнтована на отримання прибутку та власне збагачення, а не на отримання позитивного результату діяльності підприємства в цілому. Основне завдання стимулювання полягає у розробці ефективних інструментів впливу на персонал та зацікавленні його у праці задля задоволення потреб підприємства, а не тільки своїх власних. Такими інструментами є низка методів і способів підвищення продуктивності праці. Вивченням питання методики стимулювання працівників займалися такі науковці, як Ф. Тейлор, Ф. Гілбрейт та Л. Гілбрейт, Г. Емерсон, М. Фоллет, О. Шелдон, А. Файоль, Е. Мейо. Теоретичні та методологічні основи стимулювання праці були розвинуті в розробках А. Маслоу, Ф. Герцберга, Л. Портера, Е. Лоулера, Д. Мак-Грегора, Д. Мак-Клелланда, В. Врума, Дж. Локка, Б. Скінера. Саме вони заклали основи розуміння та класичні методи стимулювання праці.