

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФЕСТИВАЛЕЙ В БЕЛАРУСИ

По оценкам Всемирной туристической организации, событийный туризм является одним из наиболее динамично развивающихся направлений. Фестивали различной тематики обладают большим социальным и экономическим потенциалом. Значимость эффективного маркетинга территории переоценить сложно. Использование культурных и событийных мероприятий для формирования положительного имиджа территории приводит не только к увеличению количества посетителей дестинаций региона, но также дает стимул к обновлению инфраструктуры, улучшению гостиничного сектора, развитию имеющихся и появлению новых туристических объектов, организации новых рабочих мест и т.д. [1, с. 31].

Помимо экономических эффектов исследователи отмечают социальные эффекты, в частности рост гражданской активности местного населения и вовлечение его в культурную жизнь города, а также эффекты реорганизации городской среды, налаживание горизонтальных и вертикальных связей между объектами региона, повышение патриотизма местного населения.

Вилейский район характеризуется сравнительно слабым уровнем развития туризма, основные турпродукты — водные походы, велопоходы, конные и пешие прогулки — не рассчитаны на рынок массового туризма. Это относительно недорогие путешествия, поэтому продвижение таких туров неэффективно, а регион не пользуется популярностью у туристов.

Событийный туризм в регионе представляют только фестивали и праздники, организуемые и проводимые администрацией города (Масленица, Купалье), государственные праздники (9 мая, День независимости). Проводятся также мероприятия, не имеющие аналогов в других городах, День Вильяны, ежегодный сплав по р. Вилия, однако они носят региональный характер и собирают незначительное количество участников.

Региональный фестиваль исторической реконструкции средневековой культуры периода Великого княжества Литовского «Гонару продкаў» был проведен 4–5 июля 2015 г.; организаторами выступили культурно-исторический клуб «Паходня» и отдел идеологической работы, культуры и по делам молодежи райисполкома. Участие в фестивале приняли 30 рыцарских клубов Беларуси, а также мастера, занимающиеся реконструкцией эпохи Средневековья территорий ВКЛ, Руси и Восточной Европы.

Проведение фестиваля дало следующие экономические результаты: выручка от реализации составила 96,5 млн бел. руб.; себесто-

имость фестиваля составила 72,0 млн бел. руб.; налог на прибыль (24 %) составил 5,9 млн бел. руб. Исходя из этого, чистая прибыль от реализации услуг составила 18,6 млн бел. руб., а уровень рентабельности проекта — 26 %. Фестиваль посетило около 1,5 тыс. чел. из Беларуси, России и Украины. Всеми организационными вопросами занимался клуб «Паходня» — от получения разрешений до строительства деревянного замчища.

В ходе проведения фестиваля были выявлены следующие проблемы:

- 1) бюрократизм и пассивность госорганов. В итоге в 2016 г. Вилейским исполкомом было отказано в проведении «Гонару продкаў»;
- 2) безответственное отношение выступающих (из прибывших 30 клубов порядка 20 участие в программе принимать отказались);
- 3) отсутствие разработанного бизнес-плана фестиваля;
- 4) недостаточный уровень развития инфраструктуры в регионе;
- 5) необходимость расширения программы фестиваля, разработка разнообразия локаций интерактивных зон;
- 6) отсутствие организованного питания для зрителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что без таких факторов, как компетенции организаторов, степень заинтересованности властей, уровень развития инфраструктуры и др. успех проведения региональных событийных мероприятий достаточно сомнителен.

Литература

1. *Акантинов, А. Д.* Территориальный маркетинг / А. Д. Акантинов, А. В. Колик. — Минск, 2013.

И.И. Шапиро
БГЭУ (Минск)

АГРОУСАДЬБЫ НУЖДАЮТСЯ В КАЧЕСТВЕ, А НЕ В КОЛИЧЕСТВЕ

Республика Беларусь в целом и все ее области в отдельности наделены и обладают высоким туристическим потенциалом, на ее большой территории расположены не только полезные ископаемые, но и природные ресурсы — леса, водоемы, а также многочисленные историко-культурные памятники архитектуры, международная транспортная сеть, что, естественно, является привлекательным для туристов.

Однако развитие как въездного, так и внутреннего туризма сдерживается целым рядом негативно влияющих факторов. К основной и наиболее острой проблеме, с нашей точки зрения, можно отнести то, что количество агроусадьб в регионах Республики Беларусь значи-