

## ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОСНОВА СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ПРОВЕДЕНИЯ ФЕСТИВАЛЯ "ДОЖИНКИ")

**Е.С. Матвейчук, А.С. Щербак, 3 курс**

Научный руководитель – **А.О. Васильченко, к.э.н., доцент**

**Полесский государственный университет**

В современных условиях люди заинтересованы продвигать свой продукт, услугу, товар как можно более эффективно. Так, чтобы об их продукте узнало большее количество человек, а, соответственно, потенциальных покупателей. В этом может помочь событийный маркетинг.

Событийный, или event-маркетинг – комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на продвижение продукта или компании в привязке к определенному событию. Чаще всего, это всемирно известные мероприятия либо события, созданные специально для компании: например, тематические праздники, традиции [1, с. 26].

Пандемия COVID-19 имела серьезное негативное воздействие на туристическую отрасль во многих странах, включая Беларусь, что привело к сокращению инвестиций в туризм, что, в свою очередь, оказало влияние на снижение числа туристических организаций.

Таблица – Число организаций, осуществляющих туристическую деятельность

	2019		2020		2021		2022		2023	
Республика Беларусь	1 544	100	1 348	100	1 315	100	1 203	100	1 108	100
Брестская область	119	7,7	100	7,4	99	7,5	102	8,5	92	8,3
Витебская область	171	11,1	146	10,9	143	10,9	140	11,6	126	11,4
Гомельская область	150	9,7	130	9,6	124	9,4	113	9,4	106	9,6
Гродненская область	104	6,7	92	6,8	85	6,5	81	6,7	78	7,0
Г. Минск	775	50,1	679	50,4	673	51,2	596	49,5	539	48,6
Минская область	131	8,5	108	8,0	99	7,5	89	7,4	82	7,4
Могилевская область	94	6,2	93	6,9	92	7,0	83	6,9	85	7,7

Примечание – источник: [4]

Таким образом, видим, что количество предприятий туристической сферы распространены неравномерно, что связано с богатой историей в регионах, климатом и местоположением, что создает более привлекательные условия, продвижением туристического продукта.

Под этнографическим туризмом понимается вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта того или иного народа (этноса), проживающего сейчас или проживавшего когда-либо на данной территории. Другими словами, этнографический туризм выступает формой познания историко-литературного наследия региона [2].

В наше время большинство людей заинтересовано изучением истории народа в привязке к определенным туристическим объектам и мероприятиям. Ими могут выступать различные усадьбы, музеи, замки, храмы и соборы. К известным мероприятиям этнографического туризма в Бела-

руси относят: Коляды, Масленица, Купалье, ”Зажинки“ (начало жатвы) и ”Дожинки“ (праздник сбора урожая), Юрьев день и Вишневый фестиваль.

Далее в статье рассматриваются особенности реализации этнографического туризма в Брестской области на примере ”ДОЖИНКИ-2023“.

Дожинки (Дажыню) представляют собой древний обряд, часть дохристианского языческого аграрного ритуального комплекса. Дожинки связаны с концом уборки урожая. Этот обряд пережил христианизацию и советскую секуляризацию и сохранил в Беларуси популярность до сегодняшнего дня. С 1996 года на государственном уровне Дожинки отмечаются как ”Республиканский фестиваль-ярмарка работников села Дожинки“, это событие республиканского значения [3].

Тенденция роста затрат на ”Дожинки“ из года в год становится все внушительней. Так, в 2019 году было затрачено 4 554 000 рублей (Ружаны), в 2020 – 5 200 000 (Дивин), в 2021 – 4 000 000 рублей (Логишин), в 2022 – 13 000 000 рублей (Телеханы), в 2023 – 20 000 000 рублей (Ганцевичи). За последние пять лет данный показатель увеличился в 4 раза, что подтверждает масштабность этого мероприятия [5].

Последний областной фестиваль-ярмарка тружеников села ”Дожинки“ состоялся 9 сентября 2023 года в городе Ганцевичи. Для проведения фестиваля ежегодно создаётся государственный план мероприятия по подготовке к фестивалю, согласно которому строятся новые и реконструируются существующие объекты и коммуникации, проводится капитальный ремонт и благоустройство городских улиц.

Стоит сказать, что в ходе подготовки к ”Дожинки-2023“ в Ганцевичах не только ремонтировались существовавшие ранее объекты, но и появились новые. На территории районного центра детско-юношеского творчества была открыта скейт-площадка, которая пользуется популярностью у юных поклонников экстремальных видов спорта. Также, в канун Дня железнодорожника, на обновленной привокзальной площади торжественно открыли привлекающий внимание арт-объект – старинную колонку для заправки водой паровозов. Она стала символическим подарком городу от работников Барановичского отделения Белорусской железной дороги.

Некоторые из особенностей проведения мероприятия ”Дожинки-2023“ в Ганцевичах включали в себя:

- традиционные народные гулянья с выступлениями хоров, танцами и песнями, отражающими культурное наследие региона;
- выставка сельскохозяйственной продукции и ремесел, где были представлены различные растения, овощи, фрукты, местные изделия и крафтовые изделия;
- соревнования по традиционным видам ремесел и спорта, таким как заплывы, метание косы, танцы и другие;
- колоритные праздничные костюмы и украшения, соответствующие теме мероприятия;
- угощения народной кухни, предлагающие белорусские национальные блюда и напитки.

Эти особенности сделали мероприятие ”Дожинки“ в Ганцевичах ярким и запоминающимся событием, отражающим культурные традиции и обычаи Беларуси.

Таким образом, событийный маркетинг является функциональным инструментом в маркетинге, который позволяет открыть что-то новое для места, где проводится само мероприятие. Как и случилось с Дожинками, благодаря которому каждый город ежегодно буквально расцветает.

#### Список использованных источников

1. Назимко, А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко. – М.: Вершина, 2007. – 224 с.
2. Этнографический туризм как способ сохранения и возрождения этнокультурного наследия/ Б.М. Суртаев [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://cyberleninka.ru/article/n/etnog\\_raficheskiy-turizm-kak-sposob-sohraneniya-i-vozhrozhdeniya-etnokulturnogo-naslediya](https://cyberleninka.ru/article/n/etnog_raficheskiy-turizm-kak-sposob-sohraneniya-i-vozhrozhdeniya-etnokulturnogo-naslediya). Дата доступа: 04.04.2024.
3. Дожинки по-белорусски: от ритуала к карнавалу / А.И. Доманская [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dozhinki-po-belorusski-ot-rituala-k-karnavalu>. Дата доступа: 04.04.2024.
4. Национальный статистический комитет. Туризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. Дата доступа: 08.04.2024.
5. Газета «Звезда». Дожинки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zviazda.by/be/node/176092>. Дата доступа: 08.04.2024.