


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И. о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова  
« 15 » июня 2022 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Музыкальные фестивали как способ развития событийного туризма в  
России

Исполнитель  
студент группы 834-об

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

Е.И. Устимов

Руководитель  
доцент, к.пед.н.

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

В. В. Ульянова

Нормоконтроль

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И. о зав. кафедрой

В.В. Ульянова  
« 31 » 03 2022 г.

**ЗАДАНИЕ**

К бакалаврской работе студента Устимова Егора Ивановича

1 Тема бакалаврской работы: Музыкальные фестивали как способ развития со-  
бытийного туризма в России

(утверждено приказом от 31.03.2022 № 643-пр)

2 Срок сдачи студентом законченной работы: 30.06.2022

3 Исходные данные к бакалаврской работе: учебная литература, интернет ис-  
точники, статьи

4 Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих разработке вопросов):  
1 Теоретические аспекты развития и организации фестивального туризма. 2 Ана-  
лиз развития фестивального туризма в России и за рубежом. 3 Разработка нового  
тура.

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков,  
схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): 8 таблиц,  
17 рисунков

6 Дата выдачи задания 07.04.2022

Руководитель бакалаврской работы: В.В. Ульянова, доцент, к.пед.н.

(фамилия, имя, отчество, должность)

Задание принял к исполнению: « 07 » апреля 2022 г. Уго  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 58 с., 8 таблиц, 17 рисунков, 26 источников, 1 приложение.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ, ТУР, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты развития и организации фестивального туризма.

Во второй главе проанализировано развитие фестивального туризма в России и за рубежом.

В третьей главе разработан новый тур.

Целью бакалаврской работы является анализ развития фестивального туризма в Российской Федерации и разработка на его основе нового туристского продукта в рамках посещения фестиваля.

Методы исследования включают: анализ и обработка изученной литературы, описательный, контекстуальный, сравнительный.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты развития и организации фестивального туризма	7
1.1 Понятие, сущность и виды фестивального туризма	7
1.2 Особенности организации фестивального туризма как разновидности событийного туризма	13
1.3 Роль музыкальных фестивалей в развитии событийного туризма	18
2 Анализ развития фестивального туризма в России и за рубежом	23
2.1 Зарубежный опыт организации музыкальных фестивалей для развития туризма	23
2.2 Потенциал и тенденции развития фестивального туризма в России	28
2.3 Анализ спроса и предложения на музыкальные фестивальные туры	31
3 Разработка нового тура	40
3.1 Общая характеристика тура	40
3.2 Программа тура	43
3.3 Разработка мероприятий по продвижению нового тура	48
Заключение	53
Библиографический список	55
Приложение А Источники трафика при поиске нового тура	58

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Проведение и развитие традиции массовых культурных мероприятий – в частности, музыкальных фестивалей является одной из форм развития событийного туризма. Фестивали являются важным аспектом в рамках исследований событийного туризма и представляют особый интерес из-за универсальности праздника и популярности фестивального опыта. Особая привлекательность фестивального туризма определяется их возможностями создания условий для творчества, привлечения больших групп туристов к проведению содержательного досуга и получение значительной экономической выгоды для принимающей стороны.

Исследование состояния фестивального туризма в Российской Федерации на современном этапе является залогом выявления перспектив развития данного вида туризма в нашей стране и дальнейшей разработки нового конкурентоспособного, на национальном туристическом рынке, продукта в рамках внутреннего и въездного туризма.

Цель исследования бакалаврской работы – изучение современного состояния, перспектив и тенденций развития фестивального туризма в Российской Федерации и разработка на основании исследования нового туристического продукта.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть понятие, сущность и виды фестивального туризма;
- изучить особенности организации фестивального туризма как разновидности событийного туризма;
- выделить роль музыкальных фестивалей в развитии событийного туризма;
- изучить зарубежный опыт организации музыкальных фестивалей для развития туризма;
- рассмотреть потенциал и тенденции развития фестивального туризма в России;

– провести анализ спроса и предложения на музыкальные фестивальные туры;

– разработать тур в рамках фестивального туризма, представить его экономическое обоснование и предложить мероприятия по его продвижению.

Объект исследования бакалаврской работы – особенности развития фестивального туризма в Российской Федерации.

Предмет исследования работы – музыкальный фестиваль как способ развития событийного туризма в Российской Федерации.

Значимость исследования заключается в комплексной разработке теоретико-методических рекомендаций по формированию нового продукта фестивального туризма.

Методы исследования. В работе были использованы общенаучные и специальные методы, которые позволяют комплексно решать поставленные задачи выбранного направления исследования: логико-диалектического познания, системного подхода, методы статистической группировки, сравнения, графический и табличный.

Бакалаврская работа состоит из следующих частей: введения, трех глав, заключения; списка использованных источников и литературы и приложений.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Понятие, сущность и виды фестивального туризма

Туризм как потенциальный ресурс в развитии экономики региона, не смотря на мировой финансовый кризис, имеет положительную тенденцию в удовлетворении спроса на туристические услуги.

Для начала стоит детальнее рассмотреть понятие «событийный туризм», под которым понимается туристская деятельность, увязанная с разнообразными общественными событиями, уникальными природными явлениями, притягивающая множество российских и зарубежных туристов<sup>1</sup>.

Отдельные авторы рассматривают событийный туризм как череду событий и мероприятий культурной, спортивной, этнографической, выставочной направленности<sup>2</sup>. Однако включать сюда все мероприятия нельзя, а лишь те, которые приносят какую-либо материальную выгоду, и, значит, могут считаться ресурсной составляющей места их проведения.

При всей перспективности развития событийного туризма стоит отметить, что Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ, никак не классифицирует и выделяет данное направление; а на сайте Российского союза туриндустрии дано довольно абстрактное и размытое определение «...посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма. Существует огромное множество поводов для организации событийных туров»<sup>3</sup>.

Событийный туризм можно классифицировать в нескольких направлениях.

Классификация событийного туризма представлена на рисунке 1<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Стрембицкая Л.И. Фестивальный туризм как составляющая событийного туризма // StudNet. 2020. № 10. С. 91.

<sup>2</sup> Макарецва Л.В. Фестивальный туризм Саратовской области // География и туризм. 2019. № 1. С. 129.

<sup>3</sup> Нарута Я.С. Событийный туризм: понятия, виды, классификация // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2018. № 11. С. 1158.

<sup>4</sup> Там же. С. 6.

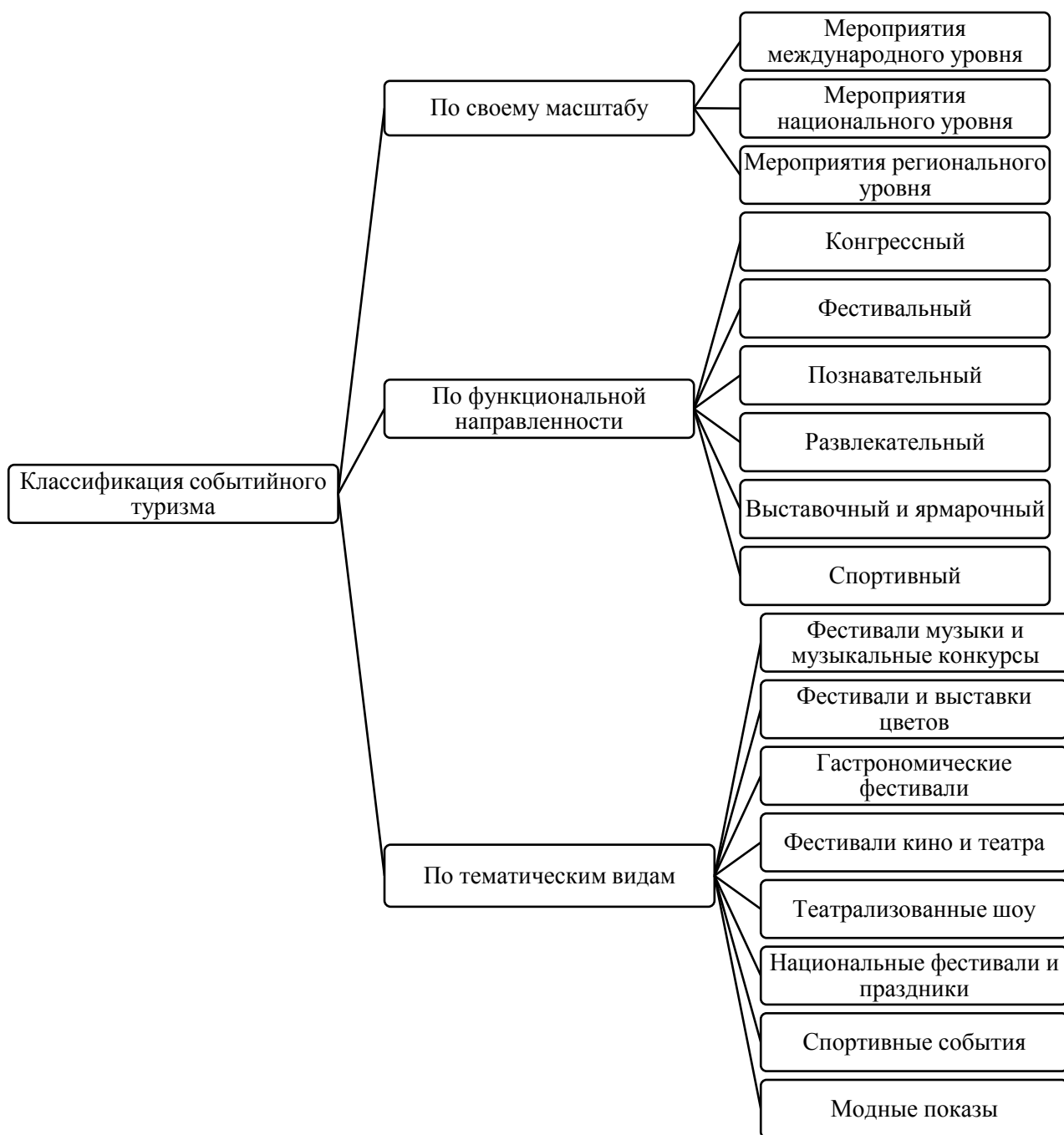


Рисунок 1 – Классификация событийного туризма

Для более глубокого ознакомления с направлениями событийного туризма необходимо остановиться на понятии фестивального туризма.

Фестивали различных видов искусств обладают большим социальным и экономическим потенциалом, благодаря чему могут приносить выгоду не только своим организаторам, но и целым регионам.

Фестиваль (фр. festival – празднество, от лат. festivus – веселый, праздничный) – массовое мероприятие, включающее показ достижений в области



музыки, театра, кино, эстрады.

Существует сравнительно ограниченное количество подходов к пониманию понятия «фестивального туризма», в частности в исследованиях О.И. Троценко такой вид туризма понимают как культурно-развлекательный, в котором выделяют развлекательные поездки с целью посещения фестивалей и спортивных соревнований<sup>5</sup>.

Фестивально-зрелищный и спортивно-зрелищный как подвиды культурно-развлекательного туризма выделяет в своих трудах В.В. Пахарь, и считает, что фестиваль туризм должен быть выделенным в отдельный вид туризма. Именно фестивали как наиболее наполненные активностью и культурным содержанием события позволяют удовлетворить запросы туристов, лежащих в разных областях социально-культурной жизни посещаемого региона или страны<sup>6</sup>.

Наиболее распространенным считается определение согласно которому фестиваль туризм нужно рассматривать как разновидность культурно-познавательного туризма, что проявляется в следующих сущностных формах: этнические, религиозные, гастрономические, спортивные, музыкальные фестивали, фестивали современных субкультур, военные и исторические фестивали, театральные шоу, выставки цветов, модные показы и аукционы<sup>7</sup>.

Итак, в отечественной науке фестиваль туризм рассматривают как один из специализированных видов туризма, который призван реализовать специфические запросы людей при поездке, посещение объекта аттракции.

Фестивальный туризм – временный выезд лица с места постоянного проживания в развлекательно-познавательных целях для принятия участия в определенном фестивальном мероприятии без осуществления оплачиваемой деятельности в месте нахождения<sup>8</sup>.

У фестивальных путешествий есть все признаки туризма. Фестивальный

---

<sup>5</sup> Троценко О.И. Развитие фестивального туризма как одного из направлений повышения экономической эффективности туристского бизнеса в Крыму // Вектор экономики. 2021. № 1. С. 62.

<sup>6</sup> Пахарь В.В. Сущность фестивального туризма как одного из направлений событийного туризма // Образование и наука: современный вектор развития. 2021. № 15. С. 145.

<sup>7</sup> Костанди В.В. Своеобразие европейского фестивального туризма // Индустрия туризма и гостеприимства в контексте межкультурной коммуникации. 2018. № 11. С. 143.

<sup>8</sup> Стрембицкая Л.И. Факторы и перспективы устойчивого развития фестивального туризма // StudNet. 2021. № 1. С. 5.

туризм находился на стыке познавательного, развлекательного и этнографического туризма.

Под фестивальным туризмом исследователи прежде всего подразумевают организацию кратковременных познавательных путешествий (не более недели) с целью посещения определенных событий (от концертов современной музыки до религиозных празднований, от этнических карнавалов до парадов субкультур), с периодичностью 1 раз в год. Фестивальный туризм рассматривается как составляющая событийного туризма, а не как отдельный вид туризма<sup>9</sup>.

Международные фестивали создают предпосылки для экспорта национальных культурных продуктов. При исследовании положительных результатов фестивального туризма учеными отмечается мультипликационный эффект, который проявляется в росте доходов, создании новых рабочих мест, развитию инфраструктуры на местах и увеличении капитальных инвестиций, создании динамического социо-культурного пространства благоприятного для предпринимательства. Происходит значительное улучшение демографических тенденций<sup>10</sup>.

Практически все участники экономической деятельности (домохозяйства, фирмы, государство) имеют возможность получить свою выгоду от проведения подобного мероприятия. Основная задача фестиваля - внести свежую струю в культурную жизнь страны, региона, города, создать максимально широкое поле притяжения как для профессионалов в области театра и музыки, так и для рядовых зрителей и слушателей<sup>11</sup>.

Отличие фестиваля от обычного концерта заключается в том, что фестиваль представляет собой серию событий, объединенных общей идеей или стилем музыки. В отличие от концертов, которые, как правило, длятся несколько часов, фестивали легко могут продолжаться на протяжении нескольких дней. Временные характеристики каждого фестиваля определяют его статус в ряду

---

<sup>9</sup> Ссюхина К.С. Фестивальный туризм как новое направление в событийном туризме // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации. 2018. № 21. С. 113.

<sup>10</sup> Хоменко В.И. Фестивальный туризм как перспективное направление развития событийного туризма в России // Инновационные подходы в решении современных проблем социальной, гуманитарной и экономической сферы. 2018. № 6. С. 126.

<sup>11</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учеб. пособ. Ростов-на-Дону, 2018. С. 197.

других событий культурной жизни города, региона, страны проведения.

На сегодняшний день фестиваль туризм приобретает большую популярность и распространенность среди других видов туризма. Он охватывает людей не только молодого возраста, но и другие возрастные группы. Современные туристы отправляются в путешествие с целью посетить разнообразные культурные мероприятия, фестивали, карнавалы, тем самым они удовлетворяют свою потребность в зрелищах и в психологическом отдыхе от обыденности.

Фестивальный туризм удовлетворяет больше всего интеллектуальные и эмоциональные туристические нужды, ведь настоящий вид туризма является весьма специфичным и невероятно зрелищным<sup>12</sup>.

Единой классификации фестивалей в научной литературе не существует. Каждый автор использует свои критерии. Объединив все существующие классификации фестивалей, можем выделить следующие виды (таблица 1)<sup>13</sup>.

Таблица 1 – Виды фестивального туризма

Классификация	Пояснение
1	2
По масштабу действия	- международный фестиваль; - региональный фестиваль; - локальный фестиваль.
По национальной принадлежности участников	- национальный; - международный.
В зависимости от тематики	- кинофестиваль, музыкальный фестиваль, театральный фестиваль, танцевальный, фестиваль искусств, литературный фестиваль, поэтический фестиваль, гастрономический, фестиваль этнических культур, фестиваль народного искусства, спортивный фестиваль, фестиваль психологии и духовных практик, исторический; военно-патриотический, религиозный фестиваль.
По месту проведения	- на открытой местности; - в закрытом помещении.
По виду повторяемости	- разовое неповторимое явление; - периодически наблюдаемое; - ежегодное мероприятие (регулярный фестиваль).
По количеству участников	- малые (до 2 тысяч человек); - средние (от 2 до 500 тысяч участников); - большие (более 500 тысяч участников мероприятия).
По давности проведения	- исторические;

<sup>12</sup> Страчкова Н.В. География фестивального туризма и его влияние на привлечение туристов // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. 2020. № 9. С. 370.

<sup>13</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис.... канд. эконом. наук. М., 2012. С. 5.

## Продолжение таблицы 1

1	2
	- среднего возраста (организованные до начала XXI века); - молодые.
По времени проведения	- кратковременный (до 3 дней); - длительный (протяженностью более трех дней).
По возрасту участников	- детский, подростковый, молодежный; - взрослый, для лиц третьего возраста, смешанный.
По функции	- развлекательный, культурно-познавательный, социально-воспитательный, патриотический.
По характеру организации	- регламентированный (высокий уровень обслуживания); - нерегламентированный (организованный, неорганизованный).

Характерными особенностями фестивалей по масштабам привлечения туристов является их функционирование на нескольких уровнях международном, межрегиональном (региональном), локальном.

Отсутствие национального уровня фестивалей в этой иерархии объясняется организацией фестивалей (практически для этого уровня становится безальтернативным привлечение участников не только своей страны, но и представителей соседних и других стран из престижных и профессиональных рассуждений и маркетинга). Это объясняется также развитием современных информационных технологий и финансово-инвестиционными ресурсами, необходимые для организации и поддержания престижа соответствующих событий.

Чаще всего фестивали совмещают в себе несколько характеристик, критериев, специализаций или возрастных категорий, например, литературно-поэтический фестиваль, военно-исторический, детско-юношеский фестиваль и так далее.

Проведенные исследования позволяют считать фестиваль туризм отдельным видом туризма, подтверждающим выделение его специфических признаков и анализ места фестивального туризма в структуре рекреационно-туристской деятельности. Попытка типизации и классификации фестивального туризма дает возможность перспективных исследований в данной области. Такой подход к понятию «фестивальный туризм» позволит расширить существующие виды туризма, разработать концепцию дальнейшего развития туризма и места фестивалей в экономике туризма регионов, где они производятся.

## **1.2 Особенности организации фестивального туризма как разновидности событийного туризма**

За последние десятилетия фестивальный туризм охватывает все большую аудиторию туристического движения. В целом, это отражает мировую тенденцию в туризме с постоянными традициями событийного и фестивального туризма. Фестивальное движение в нашей стране должно получить дополнительный толчок к развитию, заимствуя организационные методы и формы стран-лидеров фестивального туризма.

Фестивальный туризм уникален своей неисчерпаемостью по содержанию: многочисленные фестивали, праздники, тематические события с каждым годом только увеличиваются благодаря международной интеграции, тесному взаимодействию культур и интернациональному сотрудничеству. Фестивальный туризм – это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления.

Предпосылкой организации фестивального туризма является своевременное информирование и продвижение событий, общедоступность к информации о ней, в том числе иностранными языками и организация его систематического проведения. Для потенциального туриста важна информация об идее фестиваля, программе мероприятий, туристической инфраструктуре и транспортном сообщении. Фестивальный туризм нуждается в координации и содействии со стороны местных органов власти.

Положителен тот факт, что ученые и практики сферы туризма в Российской Федерации начали обсуждать вопросы фестивального менеджмента, рассматривать фестивали как фактор стимуляции бизнеса.

Технология организации фестивальных туров довольно сложна. Фестивальный туризм зависит от наличия антропогенных туристических ресурсов и без них не может. Фестивальный туризм мало привязан к природным условиям. Это связано с тем, что фестивали могут проводиться как в помещении, да и на улице. В основном фестивали проводятся в городах и за городом. Можно сказать, что природные ресурсы не являются значительным фактором в организа-

ции фестивалей<sup>14</sup>.

Необходимо отметить важную особенность поведения туристов в событийном туре. Представители данного вида туризма предъявляют особые, достаточно высокие, требования к гостиничным объектам, а также видам и комфортабельности средств передвижения (своевременность и комфорт). Также высокие требования участники событийных туров предъявляют объектам питания и профессиональному уровню экскурсоводов и сопровождающих.

Также уникальной отличительной чертой событийного туризма является то, что данный вид туризма ежегодно пополняется необычными событийными турами, которые ранее имели статус непостоянных, разовых или случайных но благодаря повышенному интересу получают статус регулярных и постоянных<sup>15</sup>.

В последние десятилетия фиксируется стабильный рост заинтересованности туристов к новым, необычным и нестандартным видам туризма, в том числе и к такой разновидности событийных туров - фестивальным.

Стоит отметить, что организаторами фестивалей, на данный момент, могут выступать широкий круг субъектов основные из которых, представлены на рисунке 2.

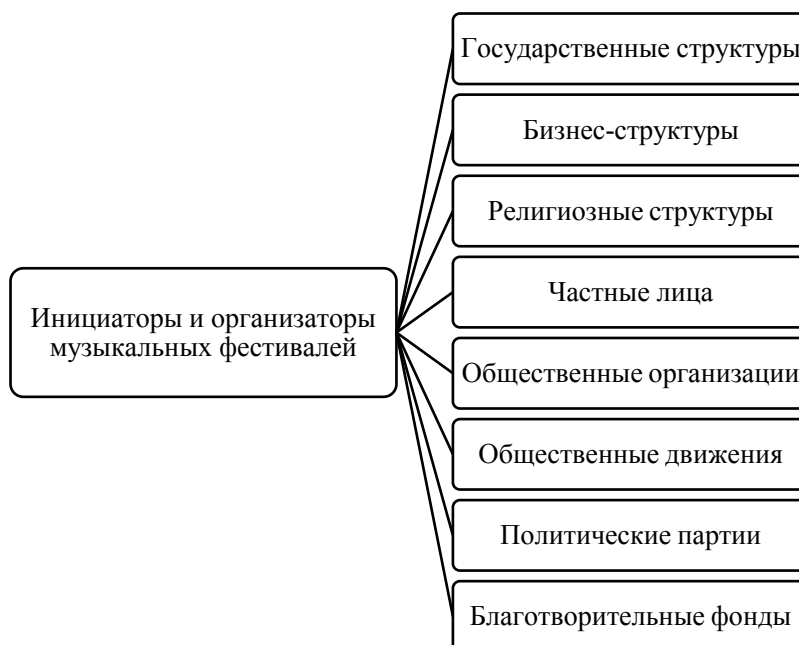


Рисунок 2 – Инициаторы и организаторы музыкальных фестивалей

<sup>14</sup> Карчевская Е.Н. Исследование фестивального туризма с позиции концепции MOST // Экономика. Бизнес. Финансы. 2020. № 2. С. 13.

<sup>15</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис.... канд. эконом. наук. М., 2012. С. 7.

Особой составляющей организации музыкальных фестивалей в рамках фестивального туризма является его прямая зависимость от плохих погодных условий. В то же время фестивальные туры практически не подвержены влиянию особенностей климата или времени года т.к. планируются туристом заранее и ожидаемы. Фестивальные туры прямо зависят от даты и времени проведения фестиваля и не могут быть перенесены по любой из причин туриста.

Организация современного фестивального тура объединяет в себе сложную организационную работу по согласованию интересов туристов, участников фестиваля и его организаторов.

При комплексной оценке, организации и продвижении фестивальных туров необходимо учитывать традиционные предпочтения туристов:

- месторасположение объекта размещения – в прямой доступности до места проведения мероприятия;

- включенные в стоимость проживания услуги питания, его качество и своевременность;

- наличие дополнительной культурно-развлекательной программы для туристов;

- наличие и достаточный ассортимент сувенирной атрибутики и заведений бытовых услуг.

Также важно отметить, что существенным отличием фестиваля от других событийных мероприятий и туров является то, что фестивальный тур представляет собой участие в цикле взаимосвязанных событий, объединенных общей идеей или концепцией. Также стоит отметить, что в отличие от концертных туров, которые, традиционно не превышают более одних суток, фестивальные туры имеют более продолжительную программу и могут продолжаться от двух суток и более<sup>16</sup>.

Фестивальный тур обычно включает в себя возможность посещения и участия в концертах, мастер-классах, проектах, творческих встречах, а также посещения сопутствующих мероприятий всевозможных выставок, экскурсий,

---

<sup>16</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис.... канд. эконом. наук. М., 2012. С. 9.

тренингов и т.д.

Задачи организаторов при подготовке к проведению фестиваля представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Задачи организаторов музыкального фестиваля

Итоговым этап подготовительного процесса фестиваля для туристических целей является генеральная репетиция и изучение сопутствующих услуг. После проведения генеральной репетиции проводится комплексный анализ и оценка полученной информации с целью нивелирования ошибок и оптимизации существующих процессов.

Особенность подготовки и проведения фестивальных мероприятий имеющих статус регулярных является необходимость подготовки событий к конкретной дате с учетом необходимого времени на анонсы и продвижение среди потенциальных туристов. Этот процесс стандартен для всех участников фести-



вального туризма.

Исходя из международного опыта проведения мероприятий в рамках фестивального туризма успех тура будет обеспечиваться уровнем исполнителей, принимающих участие в фестивале. Согласно сложившейся практики, для привлечения внимания достаточного количества фестивальных туристов недостаточно участия национальных музыкальных и театральных коллективов и исполнителей. Обязательно необходимо привлекать известных (в том числе иностранных) исполнителей. В тоже время желание привлекать коллективы и исполнителей международного уровня требует от организаторов необходимости планирования фестивальной программы как минимум за полтора – два года.

Особенностью организации любого музыкального фестиваля является работа со зрительской аудиторией.

Зрители являются полноправными участниками фестиваля. Более того, одной из актуальных функций фестиваля является именно коммуникативная функция. Вся совокупность ролей, форм и степеней присоединения человека к фестивальной деятельности создает неповторимое культурное пространство каждого фестиваля. Сегодня фестивальное пространство собирает не только целевую аудиторию, но и часть посторонних людей, совсем не знакомых с тем или иным направлением. Именно на такого зрителя рассчитаны стенды, брошюры и флаеры с информацией об участниках фестиваля, образовательно-информационных видеороликах о конкретных участниках, об истории определенного мероприятия.

Все чаще организаторы фестиваля устраивают розыгрыши, награждения, бесплатную раздачу или продажу зрителям продукции, тематически связанной с конкретным музыкальным фестивалем. Большинство современных фестивальных мероприятий в своей программе предусматривает закрытие или окончание фестиваля определенным грандиозным шоу или гала-концертом.

Таким образом, фестивальный туризм является важной составляющей событийного туризма. Организация фестивального туризма имеет свои особенности. Данное направление в туризме позволяет решать многие социально-экономические проблемы, присущи не только туристской отрасли. Фестивали явля-

ются мощным стимулятором туристского потока. Они привлекают дополнительное количество туристов в страну, что в свою очередь способствует увеличению валютных поступлений.

Кроме того, фестиваль туризм помогает решить проблему сезонности, привлекая туристов в период межсезонья. Таким образом, предприниматели получают в «низкий сезон» прибыль, инфраструктурные объекты не простаивают – их эксплуатация становится экономически выгодной, а нагрузка на туристскую инфраструктуру становится более равномерной. Особенно актуально это может быть для стран с четко выраженной специализацией в том или ином виде туризма. Например, для стран с субтропическим климатом, в которых развит преимущественно пляжный отдых или для стран, где преобладает горнолыжный туризм.

Развитие фестивального туризма способствует созданию новых дополнительных рабочих мест и обеспечивает занятость населения. Потенциал фестивального туризма неисчерпаем. Практически каждая страна имеет ресурс для его развития.

### **1.3 Роль музыкальных фестивалей в развитии событийного туризма**

Событийный туризм является сравнительно молодым направлением в туристской индустрии, при этом, доля событийного туризма в секторе туристических услуг ежегодно увеличивается. Развитию данного рынка способствуют снижение спроса на групповые поездки и активизация индивидуального туризма, рост популярности туров выходного дня, снижение общей продолжительности туродней, преобладание активных форм отдыха над пассивными.

С ростом уровня жизни увеличивается число туристов, желающих посещать спортивные мероприятия, карнавалы, фестивали, экзотические события и готовых потратить на отпуск довольно большие суммы денежных средств. Активные туристы ищут альтернативу бесцельному пляжному отдыху и нуждаются в совершенно новом качественном отдыхе<sup>17</sup>.

Как известно, музыкальный фестиваль включает одно или несколько со-

---

<sup>17</sup> Назимко А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. М., 2017. С. 76.

бытий протяженностью от нескольких часов до нескольких дней с участием большого количества исполнителей объединенных общей идеей и ориентированных на определенную публику.

Музыкальные фестивали получили наибольшее развитие в странах Европы и Северной Америки, в современной России это направление развито недостаточно и не соответствует существующему потенциалу. Большой потенциал имеется у музыкальных фестивалей, которые приурочены к именам известных русских композиторов, например, таких как П.И. Чайковский. Музыкальный конкурс П.И. Чайковского проводится ежегодно в Российской Федерации, в нем принимают участие известные музыканты страны и из зарубежных стран, а также большое количество отечественных и иностранных туристов<sup>18</sup>.

Музыкальный фестиваль может проводиться регулярно как на одной и той же территории, так и на разных площадках. Музыкальное фестивальное движение стремительно приобретает различное выражение и многообразные формы. Среди музыкальных фестивалей распространена следующая классификация:

- по охваченной территории;
- по национальной принадлежности участников;
- по стоимости входа; по месту проведения («openair», в закрытом помещении);
- по продолжительности;
- по музыкальной направленности (классические, джазовые, фольклорные фестивали, рок-фестивали, метал-фестивали, реп фестивали, RnB-фестивали, фестивали авторской песни, смешанного типа).

Наиболее известные и масштабные музыкальные фестивали проходят на территории Европейских стран, таких как Австрия, Швейцария, Франция, Германия, Нидерланды, Великобритания и Швеция.

В числе известных музыкальных фестивалей можно выделить следующие (рисунок 4).

---

<sup>18</sup> Пациенко С.А. Роль культурно-исторического наследия в развитии событийного туризма в республике Беларусь // Туризм. 2020. № 10. С. 122.

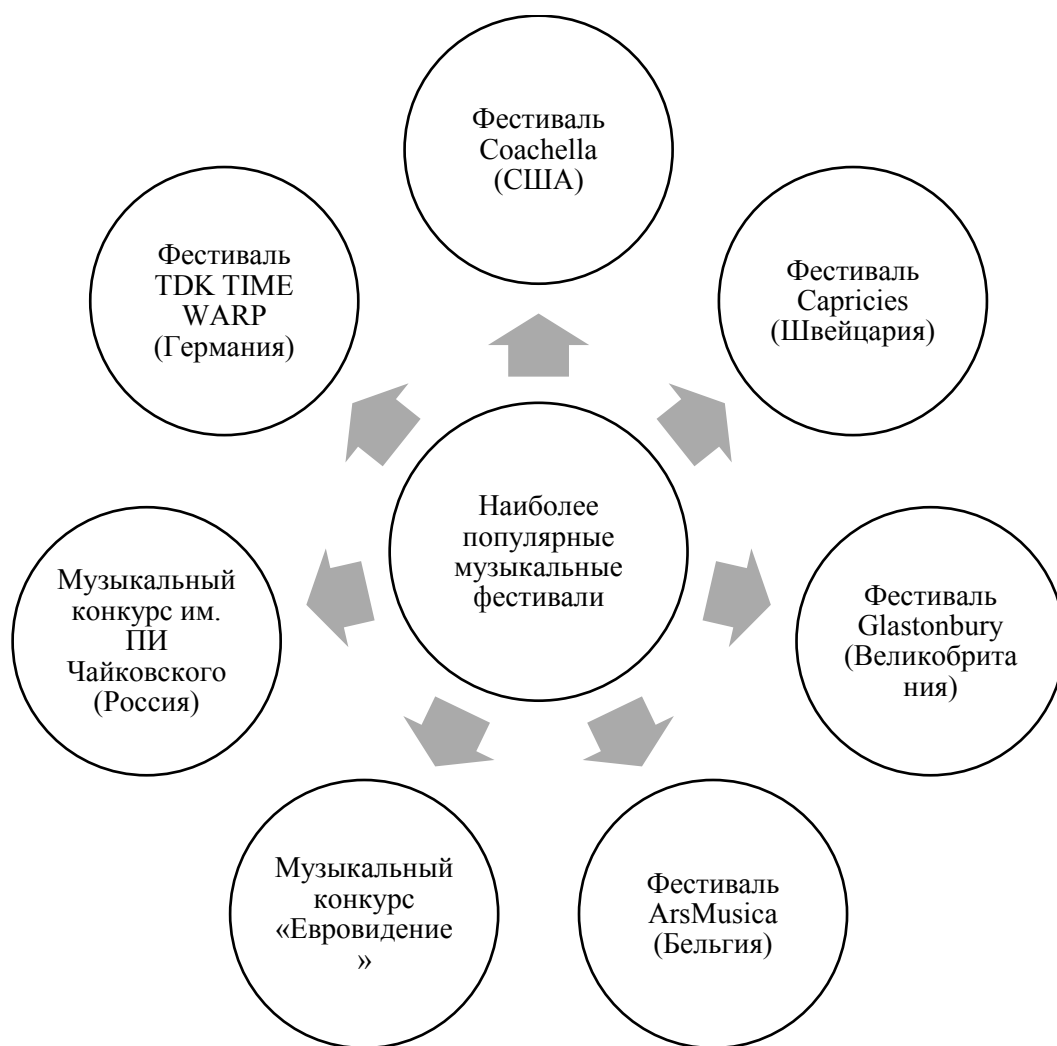


Рисунок 4 – Наиболее популярные музыкальные фестивали

Местные или локальные фестивали проводятся с участием местных исполнителей и приглашенных хедлайнеров («headliner» – популярный музыкальный коллектив или исполнитель).

Подобные фестивали смогут посетить большее количество аудитории. Также данные фестивали имеют возможность включать дополнительные события, сопутствующие фестивалю.

Фестивали на открытых местностях и в закрытых помещениях являются платными и бесплатными. В закрытых помещениях фестивали предполагают плату за посещение, т.к. количество зрительских мест ограничено. Фестивали на открытом воздухе (openair) зачастую бывают бесплатными. Фестивали, смешанные по музыкальным направленностям, Alley-science.ru проводятся на открытом пространстве продолжительностью в несколько дней. На таких фести-

валях существует несколько сцен, каждой из которых соответствует свой стиль<sup>19</sup>.

Данные фестивали знакомят с музыкой различного содержания. Появились и новые форматы фестивалей: фестиваль-платформа, фестиваль на конкурсной основе, конкурс, смотр, «ярмарка», лаборатория, конгресс и др. Но наиболее широкое распространение получили: форма «конкурса» и форма «платформа». В формате «конкурса» происходит определение лучших представлений сценического направления, выявление лидера. В формате «платформа» широко охватываются различные направления сценического искусства. Современный музыкальный фестиваль – это фестиваль, актуальный для культуры XXI века. В его содержании проявляется тенденция к интернациональному составу участников (хедлайнер и участники), многоструктурность (конкурсный отбор, гала-концерт)<sup>20</sup>.

Музыкальные фестивали напрямую влияют на становление и развитие событийного туризма и в целом – на экономические показатели региона. Отдельные регионы и страны получают прибыль от приезжих туристов, одновременно подключая дополнительные виды туризма, такие как гастрономический туризм, культурно-познавательный, развлекательный виды туризма.

За последние 10 лет становления и развития событийного туризма, а именно как категории, музыкальный фестиваль приобретает ключевую, а иногда и главную роль в организации и продвижения локального туризма.

На современном этапе развития событийного туризма во многих странах проходят всевозможные музыкальные фестивали. Однако концепция и формат мероприятия поменяли вектор развития в положительную сторону. Сейчас основная тенденция музыкальных фестивалей – это концепция и формат проведения, многофункциональность и разнообразие в рамках мероприятия<sup>21</sup>.

Музыкальные фестивали пользуются популярностью у туристов абсолют-

---

<sup>19</sup> Самсоненко Т.А. Музыкальные фестивали как перспективное направление развития событийного туризма // Стратегическое управление развитием экономики. 2021. № 2. С. 319.

<sup>20</sup> Фестивальный туризм [Электронный ресурс] // Bobolink.ru: офиц. сайт. – 22.05.2019. – URL: <http://bobolink.ru/perlyazhnyj-turizm/469-festivalnyj-turizm> (дата обращения: 30.03.2022).

<sup>21</sup> Халилов Э.А. Музыкальный фестиваль как фактор развития событийного туризма // Казанский вестник молодых учёных. 2021. № 7. С. 117.

но разных возрастов, но объединяет их одно – активный отдых, желание увидеть новое, ощутить атмосферу праздника. Они соединяют в себе множество целей и задач, и даже если турист едет на небольшой срок, то такая поездка будет насыщена различными событиями, а впечатления запомнятся надолго<sup>22</sup>.

Таким образом, современный музыкальный фестиваль перешагнул за рамки традиционного музыкального события и приобрел значение культурной и межкультурной коммуникации. При этом, этот вид событийного туризма развиваясь сам, ведет к развитию туризма в целом, а значит и всех его элементов.

Можно констатировать, что фестиваль туризм в Российской Федерации перспективен и обладает неисчерпаемым ресурсным потенциалом. Он создает основу для роста экономики и разнообразия занятости, способствует повышению благосостояния и культурного уровня населения отдельных регионов и городов. При удачной организации музыкальный фестиваль является ресурсом повышения мирового имиджа Российской Федерации и источником подъема экономического благополучия.

В то же время на государственном уровне не разработаны мероприятия по продвижению фестивального туризма на международном рынке Музыкальные фестивали, проводимые в стране, в большей степени зависят от инициативности, креативности организаторов и финансовой поддержки меценатов и обеспеченности регионов. Лишь в отдельных случаях настроена качественная коммуникация между организаторами, властными структурами и представителями бизнеса для привлечения потенциального туриста и улучшения имиджа территории. Недостает также своеобразной школы фестивального мастерства, в которой организаторы уже существующих музыкальных фестивалей, а также начинающие специалисты туристической сферы могли получить знания, навыки организации, продвижения и развития музыкальных фестивальных событий.

---

<sup>22</sup> Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис.... канд. эконом. наук. М., 2012. С. 11.

## 2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ

### 2.1 Зарубежный опыт организации музыкальных фестивалей для развития туризма

Сегодня в мировой туристической практике возрастает интерес к событийным турам, сочетающим в себе посещение музыкального фестиваля и разнообразные культурно-познавательные экскурсии, а также комбинирование посещения или участия в музыкальном фестивале с традиционной развлекательной или купально-пляжной рекреацией. Стоимость подобного рода музыкальных фестивальных туров сравнительно высока. Также стоит отметить что мировая практика организации музыкальных фестивальных туров связана с определенными специфическими трудностями, поскольку приходится учитывать много независимых от организаторов составляющих. Возможно поэтому, фестивальным туризмом занимаются в основном крупные туроператоры, имеющие значительный опыт.

Тесные связи между музыкальными событиями и сферой туризма признаны многими странами мира: правительства стран лидеров мирового туризма определили фестиваль туризм как важный элемент в долгосрочных стратегиях по развитию туризма. Фестивальный туризм превратился в важный элемент государственной политики в сфере туризма. Страны мира, как перспективные локации для организации разнообразных музыкальных событий, в том числе и фестивалей, активно соревнуются за право проводить на своей территории различные музыкальные мероприятия международного и мирового масштаба. Многие из них включают эти глобальные события в свои стратегии как экономического, так и политического развития, и, как следствие, привлекают большие объемы туристических потоков в страну. Поэтому развитие фестивального туризма в любой стране мира зависит в том числе и от туристической политики государства. Так, фестивальная политика базируется на таких целях и параметрах (рисунок 5).



Рисунок 5 – Цели и параметры фестивальной политики в международной туристической практике

Зарубежный опыт организации и развития фестивального туризма очень разнообразен. Среди ведущих по этому виду туризма стран мира необходимо назвать следующие: Австралия, Канада, Чехия, Дания, Эстония, Франция, Ирландия, Япония, Корея, Латвия, Новая Зеландия, Португалия, Словения, Испания, Швейцария, Турция и Великобритания. Именно эти страны выделяют значительные ресурсы на развитие фестивального туризма для повышения своей привлекательности и конкурентоспособности на рынке туристических услуг. В свою очередь, музыкальным фестивалям, как одному из основных подвидов фестивального, также уделяется большое внимание. Региональный, национальный и даже транснациональный подходы к определению, участию в музыкальных мероприятиях и собственно их проведению могут отличаться в зависимости от существующего бюджета и желаемых экономических, социальных и экологических последствий, от уровня развития фестивального туризма.



В международной практике музыкальные фестивали различны по продолжительности (от нескольких дней до полугода) и содержанию. Существуют музыкальные фестивали:

- монографические (посвящённые музыке одного композитора);
- тематические (посвященные определённому жанру, эпохе или стилистическому направлению);
- исполнительского искусства и др.

Музыкальные фестивали проводятся регулярно (ежегодно, раз в 2 – 4 года) или в связи с какими-либо торжественными событиями. Устраиваются обычно в городах, славящихся музыкальными традициями, либо связанных с жизнью и деятельностью известных музыкантов.

Стратегические направления международного опыта организации музыкальных фестивалей представлено на рисунке 6.



Рисунок 6 – Стратегические направления международного опыта организации музыкальных фестивалей

Известными музыкальными фестивалями являются например фестиваль джаза в Монтре (Швейцария); фестиваль оперного искусства в Вероне (Италия); музыкальный конкурс «Евровидение» и др.<sup>23</sup>

Необходимо отметить, что организацией и развитием музыкальных фестивалей в рамках сферы туризма занимаются и международные организации. Среди таких необходимо отметить Европейскую ассоциацию фестивалей (European Festivals Association или EFA). Данная организация объединяет известные музыкальные, танцевальные, театральные и мультидисциплинарные фестивали искусств в Европе.

На данный момент ассоциация объединяет около 100 фестивалей и фестивальных ассоциаций в 40 странах. Члены EFA являются ключевым элементом, который делает Ассоциацию открытым, влиятельным международным субъектом для любого музыкального фестиваля, который хочет стать частью большего фестивального сообщества.

Ассоциация при поддержке Европейской комиссии и парламента инициировала программу «Европа для фестивалей, Фестивали для Европы» (Europe for Festivals, Festivals for Europe или EFFE), которая представляет собой онлайн-базу данных фестивалей Европы «Festival Finder», в которую в настоящее время входит более 2,3 тыс. фестивалей.

Международная ассоциация фестивалей и событий (International Festivals and Events Association или IFEA) поддерживает ивент-менеджеров и помогает в организации фестивалей. Это некоммерческая организация, деятельность которой контролируется независимым международным советом директоров. Ассоциация представлена филиалами во всех регионах мира: Африка, Азия, Европа, Австралия и Новая Зеландия, Латинская Америка, Северная Америка и Ближний Восток. Таким образом, ассоциация способна оказать помощь и поддержку организаторам фестивалей в любой точке мира. Ее цель направлена на сохранение, развитие и популяризацию культуры европейских народов. Ассоциация объединяет 494 фольклорных фестивалей со всего мира, перечень которых по-

---

<sup>23</sup> Долженко Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // *Общественные науки*. 2017. № 6. – С. 116.

стоянно пополняется.

Ассоциация организаторов фестивалей (The Association of Festival Organisers или AFO) – независимая международная организация, объединяющая организаторов фестивалей. Ассоциация в настоящее время насчитывает более 250 членов, которые обмениваются идеями и поддерживают друг друга, помогая развивать международное фестивальное движение.

Рассмотрим, как проводятся наиболее популярные и известные музыкальные фестивали за рубежом (таблица 2).

Данные по фестивалям представлены за 2019 год (последний год перед пандемией COVID-19).

Таблица 2 – Опыт проведения музыкальных фестивалей за рубежом

Название фестиваля	Страна	Описание
Wacken Open Air	Германия	Крупнейший в мире фестиваль метал-музыки. На семи (иногда восьми) сценах выступают более 80 групп коллективов со всего мира. В настоящее время Wacken принимает более 85 тысяч посетителей ежегодно.
«Outside Lands Music & Arts Festival»	США	Самый кассовый в мире фестиваль современной музыки
«Corona Capital Festival»	Мексика	Самый популярный латиноамериканский фестиваль современной музыки
«Lollapalooza Brazil »	Бразилия	Самый массовый в 2019 году фестиваль современной музыки (246000 тыс. билетов и более 1,2 млн. туристов в этот период в регионе)
Meltdown	Великобритания	Организаторы приглашают кого-либо из известных артистов стать куратором мероприятия. Кураторы занимаются приглашением участников, и, поскольку они ежегодно меняются, состав участников каждого фестиваля непредсказуем, что вызывает неизменный интерес публики.
INmusic	Хорватия	Проводится ежегодно в июне и привлекает около 25 000 зрителей. На острове есть площадки для игровых видов спорта, дорожки для роллеров и велосипедистов. Место и время проведения фестиваля INmusic предоставляют посетителям возможность объединить пляжный и музыкальный туризм.

Таким образом, зарубежный опыт музыкального фестивального туризма внёс огромный вклад в развитие международного туризма. На сегодняшний день традиция проведения ежегодных фестивалей в мире продолжается – события множатся, привлекая потоки туристов. Проведение фестивалей имеет огромное значение для сохранения единого культурного пространства каждой

страны. Фестивальное движение в мире – это больше чем просто одно из направлений туризма. Это стиль жизни, образ мыслей.

## **2.2 Потенциал и тенденции развития фестивального туризма в России**

Одним из относительно молодых и перспективных направлений событийного туризма в Российской Федерации является фестивальный туризм, связанный с посещением национальных и международных фестивалей, конкурсов, зрелищно-костюмированных празднеств, спортивных соревнований и др. Появившись сравнительно недавно, он динамично развивается и уже сейчас занимает значительное место в мировом туристском движении.

Фестивальный туризм, как сказано выше, начал развиваться в стране недавно и занимает пока малую долю в структуре внутреннего турпотока России. Но, несмотря на это, сегодня мы имеем примеры хорошей организации ярких фестивальных мероприятий на региональном и муниципальном уровнях. Однако все мы должны понимать, что имеющиеся событийные мероприятия пока нельзя отнести к конкурентоспособным на мировом уровне<sup>24</sup>.

При этом фестивальный туризм является эффективным способом расширения туристского спроса. Управляя датами и событиями, можно достигать расширения рамок туристского сезона.

Традиционно фестиваль рассматривается как массовое празднование, музыкальные выступления, показ достижений эстрадного, кино- и циркового искусства.

Если говорить о развитии фестивального туризма в России, то можно сказать, что основным препятствием является отсутствие в регионах понимания того, что развитие фестивального туризма повышает инвестиционный потенциал территории в геометрической прогрессии. Ведь вместе с туристом в регион приходят бизнес, новая жизнь и возможности.

Так, например, фестиваль выпускников в Санкт-Петербурге «Алые Паруса» взял свое начало в 2005 г. и с тех пор проводится ежегодно. Сейчас это уже событие международного масштаба. Название праздника и постановочный сю-

---

<sup>24</sup> Купченко А. Событийный туризм в России // Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг. 2018. № 5. С. 208.

жет были взяты из произведения Александра Грина.

По мимо Санкт-Петербурга фестиваль туризм успешно развивается и в других регионах страны. В Пермском крае уже много лет проводятся многочисленные фестивали, проходящие на протяжении практически всего года: дягилевские сезоны, прошедший в десятый раз фестиваль воздухоплателей «Небесная ярмарка Урала» и другие.

Активное развитие фестивального туризма безусловно замечено и в Москве. Среди удачных московских турпродуктов сегодня – «Ночь музеев», Международный конкурс им. Чайковского, «Широкая Масленица». Хороший пример успешного события – международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня». Именно подобного плана мероприятия формируют новое событийное лицо не только столицы, но и страны.

В Иркутской области первый Международный Байкальский фестиваль зимних игр «Зимниада» прошел весной 2003 года. С тех пор фестиваль стал ежегодным традиционным мероприятием. Сейчас он имеет большую популярность и известность даже за пределами региона.

Среди российских популярных туров праздничной тематики в настоящее время можно назвать: «Новогодний калейдоскоп», «Новогодняя мозаика», «Рождество» в Санкт-Петербурге», «Праздничный Санкт-Петербург», «Новогодний парадиз» – туры, разработанные питерскими туроператорами, в частности предлагают экскурсию «Под рождественской звездой» с посещением Спасо-Преображенского собора и получением билета новогодней лотереи, экскурсию в Петергоф и участие в новогодних гуляниях. Туроператоры России за последние годы разработали развлекательные маршруты для туристов, интересующихся различными по направлению фестивалями.

География фестивального туризма в стране также нередко связана с сохранением этнокультурной мозаичности этносов РФ, территориально локализуется в пределах отдельных регионов и административно-политических единиц.

Инициаторами проведения и организаторами фестивалей в отечественной практике бывают:

- государственные структуры;
- бизнес;
- благотворительные фонды;
- политические партии;
- общественные движения и организации;
- частные лица.

Проведение фестивалей может преследовать разные цели:

- 1) политические;
- 2) экономические;
- 3) социальные;
- 4) образовательные.

При этом в конечном итоге фестивальные мероприятия популяризируют страну, регион, город, конкретное место (дестинацию), привлекая значительные туристские потоки.

Основанием для развития фестивального туризма в стране и ее регионах являются сохраненные традиции. Однако, на современном этапе развития туризма в Российской Федерации фестивали уже вышли за пределы музыкальных и художественных акций локального характера и сформировали собственную нишу предложения туристического продукта, привлекая каждый раз новые фестивальные предложения.

Фестивальное движение создает дополнительную заинтересованность для посещения определенной местности как национальными, так и зарубежными туристами. Следует отметить, что вновь созданные и возрожденные праздники вносят значительный вклад в развитие и презентацию национальной культуры на международном уровне.

Таблица 3 – Опыт проведения музыкальных фестивалей в России

Название фестиваля	Описание
1	2
KaZантип	Ежегодный международный фестиваль электронной музыки, в котором принимают участие ди-джеи со всего мира, собирающий до 50 тысяч участников.

1	2
Рок над Волгой	Крупнейший в Европе однодневный Open Air рок-фестиваль проводился ежегодно с 2009 по 2013 год на территории Самарской области. В 2013 году аудитория фестиваля составила около 700 тысяч зрителей. Проведение фестиваля прекратилось из-за отсутствия источников финансирования и проблем с местом проведения.
ГЭС	Ежегодный международный фестиваль электронной музыки и экстремального спорта. Проводится, начиная с 2007 года. Лозунг фестиваля: «Адреналин – в музыке и спорте!». Экстремальная деятельность на ГЭС представлена такими видами спорта, как кайтсерфинг, параглайдинг, велобайк и другими видами.
KUBANA	Один из крупнейших российских музыкальных рок-фестивалей, проходящий с 2009 года в июле-августе в поселке Веселовка. В 2013 году фестиваль посетили около 200 тысяч зрителей.
ВОЗДУХ	Один из крупнейших музыкальных российских фестивалей Open Air. Проводится с 2005 года.
Нашествие	Один из крупнейших в СНГ Open Air фестивалей мультиформатной отечественной музыки, на котором выступают представители различных музыкальных направлений. Организатором фестиваля выступает московская радиостанция «Наше радио». Проводится ежегодно, с 1999 года, на открытых площадках в Подмосковье или в Тверской области. Число зрителей доходит до 100 тысяч.
Europa Plus LIVE	Крупнейший внеэфирный проект радиостанции «Европа Плюс» – ежегодный многочасовой Open Air. Участники - популярные музыканты из России, СНГ, стран Европы. Каждый год фестиваль с бесплатным свободным входом собирает несколько сотен тысяч человек и еще сотни тысяч у экранов музыкальных телеканалов, транслирующих «Еуропа Плюс LIVE» в прямом эфире. За ходом Open Air можно следить через Интернет, организовывается прямая трансляция на официальном сайте фестиваля.

Таким образом, фестивальный туризм является важной составляющей событийного туризма. Данное направление позволяет решать многие социально-экономические проблемы, присущие не только туристской отрасли. Фестивали являются мощным стимулятором туристского потока. Они привлекают дополнительное количество туристов в страну, способствуя увеличению валютных поступлений. Кроме того, фестивальный туризм помогает решить проблему сезонности, привлекая туристов и в период межсезонья. Потенциал фестивального туризма неисчерпаем.

### 2.3 Анализ спроса и предложения на музыкальные фестивальныe туры

К сожалению, в России музыкальный фестивальный туризм развит достаточно слабо, а российские туроператоры пока не осознают всех плюсов такого турпродукта. Однако сотрудничество между турфирмами и организаторами фе-

стивалей выгодно обеим сторонам. Популярность фестиваля может стать хорошей рекламой, что приведет к росту туристского потока. Наблюдения показывают наличие среди посетителей фестивалей представителей разных социальных групп в отличие от обычных концертов. Музыкальные фестивали пользуются большим спросом и, следовательно, обладают высокой окупаемостью. Популярность их как туристического продукта обуславливает обширную географию проведения и большое разнообразие их форматов. В рамках этой работы будет рассматриваться музыкальный фестиваль как вид событийного туризма, особенности организации фестивалей и их виды в России, а также роль проведения музыкальных фестивалей в туризме Дальнего Востока<sup>25</sup>.

Также необходимо узнать отношение потенциальных клиентов к музыкальным фестивалям, для этого нужно провести анкетирование и проанализировать ответы респондентов.

Анализ ответов респондентов показал, что среди опрошенных большинство женщин (66 %), мужчин (34 %). Что касается возрастной структуры опрошенных, то среди них преобладают респонденты возрастной группы 18 – 25 лет (78,7 %), затем следует возрастная группа до 18 лет (13 %) и также возрастная группа 26 – 35 лет (9%).

Распределение респондентов по семейному положению показало, что в основном покупатели не имеют мужа/жену. Так как 92 % составляют не женатые граждане.

Следует отметить распределение ответов респондентов по роду занятий, где большинство опрошенных отметили, что они являются студентами (79 %) (рисунок 7).

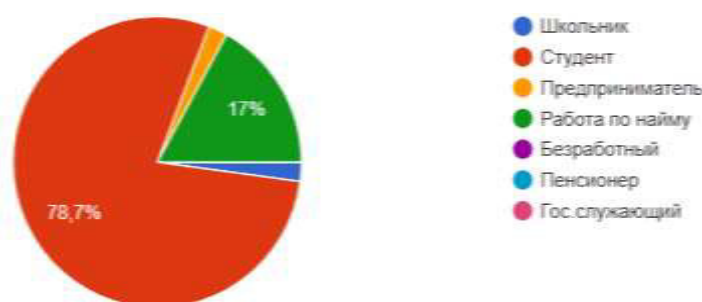


Рисунок 7 – Распределение ответов респондентов по роду занятий

<sup>25</sup> Кланч Д. Будущее фестивальной формулы // Экология культуры. 2020. № 3. С. 74.



Ответы респондентов на вопрос «Как часто вы путешествуете?» показал, что многие не путешествуют, другие путешествуют, когда как. Также некоторые ответили, что путешествуют более 1 раз в год (рисунок 8).

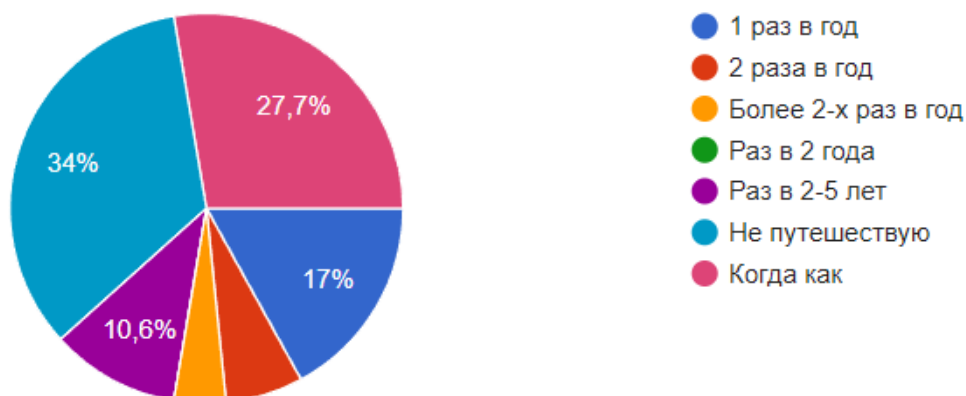


Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто вы путешествуете?»

Ответы респондентов на вопрос «Какой вид отдыха вы предпочитаете?» показал, что большинство людей предпочитают пляжный вид туризма (66 %), также приключенческий (49 %) и еще событийный вид туризма (45 %) (рисунок 9).

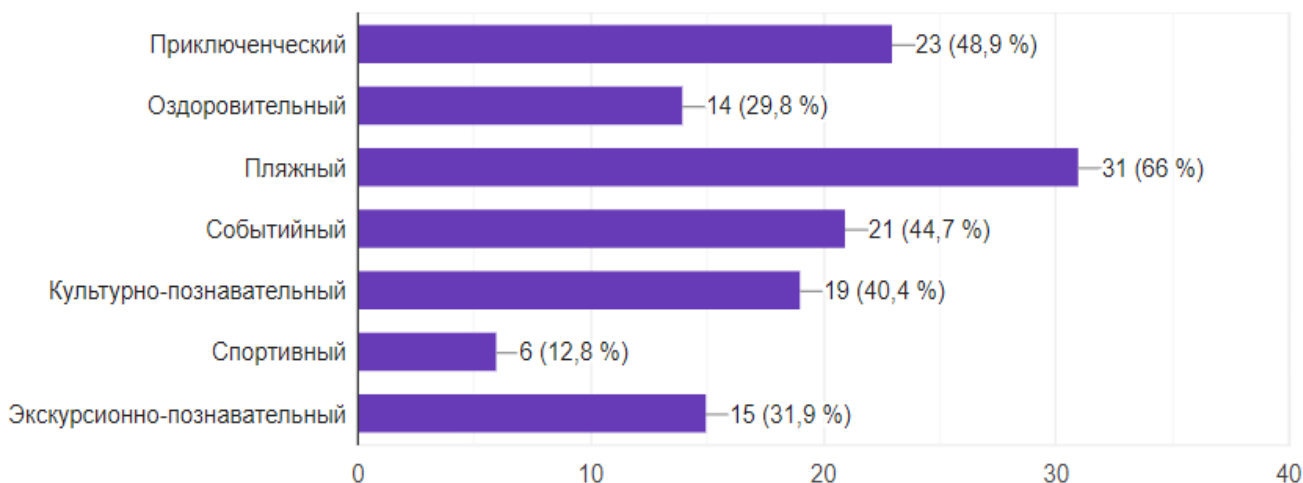


Рисунок 9 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой вид отдыха вы предпочитаете?»

Многие потенциальные туристы любят посещать различные события это мы можем увидеть на рисунке 10, как показывает диаграмма 89 % любят посещать различные мероприятия.

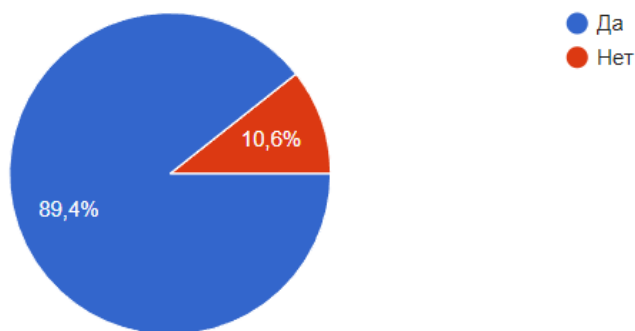


Рисунок 10 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Любите ли вы посещать различные события?»

Также респондентам был задан вопрос какой длительности туры они предпочитают, как показал опрос, что вариант 4 – 7 дней предпочтителен всего, также 11 – 14 дней популярен среди опрошенных (рисунок 11).

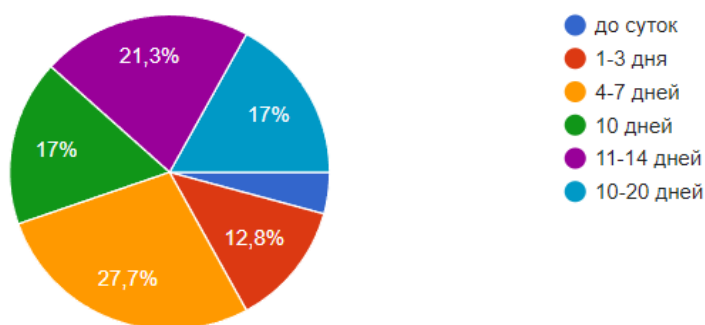


Рисунок 11 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой длительности вы предпочитаете туры?»

Многие туристы при планировании поездок обращают внимание на цену и качество и изучение чего-то нового, мало интересует оздоровление (рисунок 12).

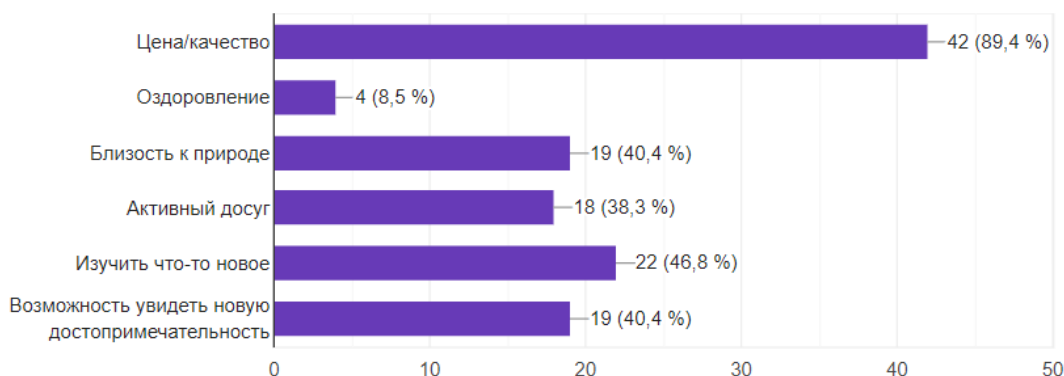


Рисунок 12 – Распределение ответов респондентов на вопрос «На что вы обращаете внимание при планировании поездок?»

Ответы респондентов на вопрос «Как вы предпочитаете организовывать свой отдых?» показал, что большинство людей предпочитают самостоятельно (64 %) организовывать свой отдых (рисунок 13).

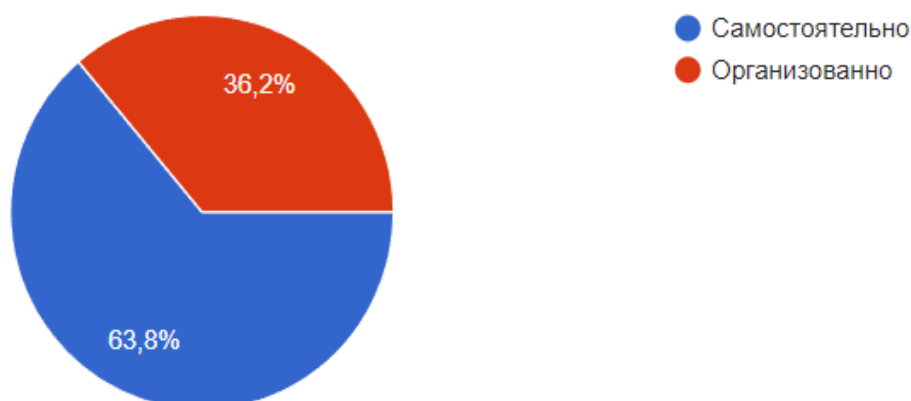


Рисунок 13 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы предпочитаете организовывать свой отдых?»

Ответы респондентов на вопрос «В какой сезон вам нравится отдых?» показал, что большинство предпочитают отдыхать в летний сезон (85 %) (рисунок 14).

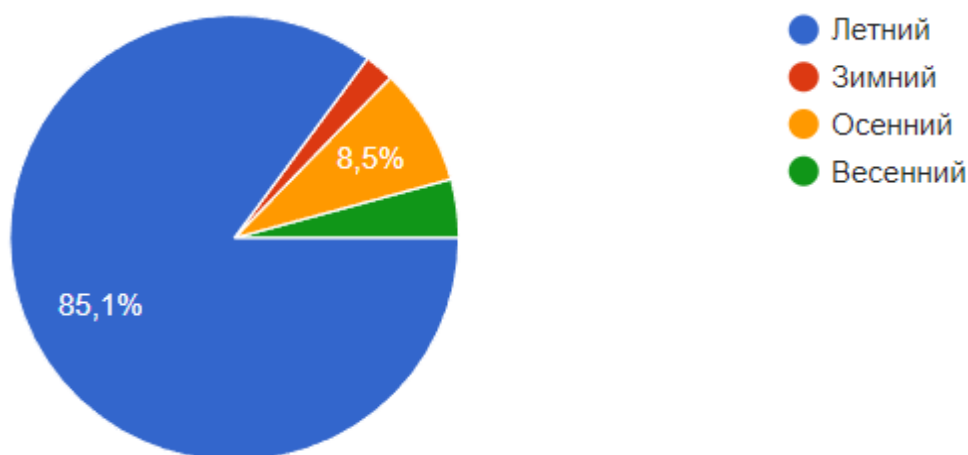


Рисунок 14 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сезон вам нравится отдыхать?»

Проанализировав ответы респондентов на вопрос «Какие виды событий вам больше всего интересны?» можно сказать, что больше всего туристов интересуют музыкальные фестивали (43 %) и национальные праздники (36 %) (рисунок 15).



Рисунок 15 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие виды событий вам больше всего интересны?»

Многие потенциальные клиенты считают не совсем достаточно информации о предстоящих мероприятиях в России (45 %), но некоторые считают, что информации достаточно (32 %) (рисунок 16).

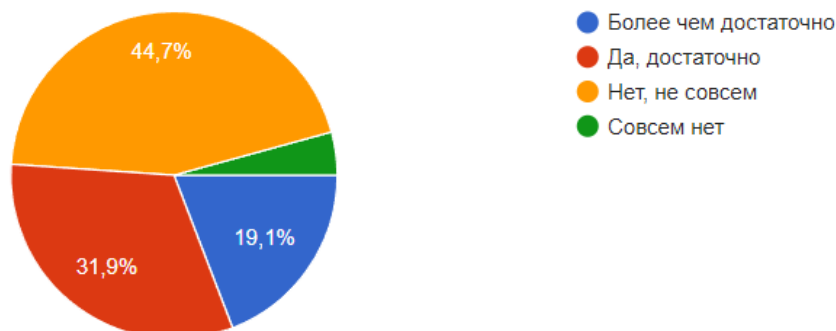


Рисунок 16 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Достаточно ли на ваш взгляд информации о предстоящих событийных мероприятиях в России?»

Ответы респондентов на вопрос «Хотели бы вы посетить музыкальный фестиваль на несколько дней?» показал, что 73 % опрошенных готовы посетить такое мероприятие (рисунок 17).

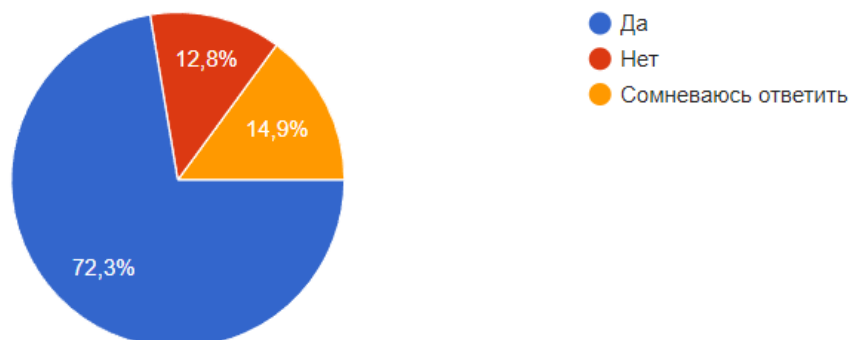


Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы посетить музыкальный фестиваль на несколько дней?»

Для выявления потребности потенциальных клиентов в новом туристическом продукте, а именно тур с музыкальным фестивалем, было проведено анкетирование. В опросе приняли участие 47 человек. В результате применения методов простой группировки и классификации были получены следующие данные: в опросе приняли участие 66 % женщин и 34 % мужчин.

Большинство респондентов относятся к так называемому «наиболее социально активному возрасту» от 17 – 30 лет. В итоге среди опрошенных респондентов преобладают лица молодого возраста (они составляют 79 %).

Также опрос показал, что многие не путешествуют, возможно причина в пандемии и не стабильном политическом состоянии.

Кроме того, многие люди предпочитают пляжный вид отдыха (66 %), приключенческий (49 %) и событийный (45 %), можно сказать, что музыкальный фестиваль является событийным туризмом и люди хотели бы его посетить как, показал опрос.

Таким образом, спрос на данный туристический продукт есть, но также существуют некоторые проблемы, многие респонденты ответили, что недостаточно информации о предстоящих фестивальных мероприятиях в России, поэтому возможно фестиваль туризм не является настолько популярным как хотелось бы, хотя данный вид туризма перспективный как для туроператоров, так и для страны в экономическом плане.

В таблице 4 представлены данные по существующим предложениям продуктов в рамках делового туризма крупными туристическими операторами.

Таблица 4 – Предложения крупных международных туроператоров на рынке фестивального туризма Российской Федерации

Дни	Название	Возможный транспорт	Проживание	Цена с человека	Питание, проживание	Услуги
1	2	3	4	5	6	7
Международный туроператор «FestWay»						
2 – 7	Индивидуальные туры разработанные для заказчика «Дикая мята», «Нашествие» и пр.	Самолет, автомобиль, автобус	Отели и гостиницы уровня 3 – 5 звезд	От 8000,00	Включено	Трансфер, проживание, организация и поездки на фестиваль
ООО Студия индивидуального отдыха и туризма «Свои Люди»						
2 – 3	Chess & Jazz 2022 Фестиваль шахмат и джаза под открытым небом	Самолет, поезд, микроавтобус	Отели и гостиницы уровня 3 – 5 звезд	От 5500,00	Включено	Трансфер, проживание, организация и поездки на фестиваль

Продолжение таблицы 4

1	2	3	4	5	6	7
Портал ALLFEST.RU						
2 – 5	Индивидуальные туры разработанные для заказчика	Любой вид транспорта	Отели и гостиницы уровня 3 – 5 звезд	Рассчитывается индивидуально	Включено	Трансфер, проживание, организация и управление поездками.
ООО «КИТ-ТУР»						
1 – 9	Индивидуальные туры разработанные для заказчика	Самолет, автобус	Отели и гостиницы уровня 3 – 5 звезд	От 5800 руб.	Включено	Трансфер, проживание, организация и поездки на фестиваль
Туристический оператор ВизитГрэвел						
5 – 10	Индивидуальные туры разработанные для заказчика	Самолет, автобус	Отели и гостиницы уровня 3 – 5 звезд	Рассчитывается индивидуально	Включено	Трансфер, проживание, организация и поездки на фестиваль

В таблице 4 рассмотрены наиболее популярные предложения по фестивальным турам в рамках данного вида туризма.

В целом, на российском рынке фестивального туризма работает достаточно много специализированных компаний, между которыми разворачивается основная борьба.

Стоит отметить, что крупные операторы не обращают достаточного внимания на данное направление. Основное предложение по фестивальным турам формируется специализированными компаниями. Многие туры уже устарели, турфирмы предлагают похожие туристические услуги, поэтому целесообразно спроектировать тур, который будет популярный среди населения, опрошенные ответили, что главное в туре это соотношение цены и качество, что также немало важно при составлении тура.

Таким образом, мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение, поскольку в период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии, наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, привлекают к себе внимание не только туристов – соотечественников, но и иностранных граждан. Событийный туризм позволяет максимально эффективно использовать туристские возможности региона, объединяя в турпродукт постоянные (музеи, памятники, культовые сооружения, природные достопримечательности, исторические места) и временные (события культурной, спортивной и музыкальной жизни) туристские аттракции.

Итак, музыкальные фестивали можно рассматривать как один из видов событийного туризма. Музыкальные фестивали из простых концертов стали неотъемлемой частью событийного туризма. Он является одним из самых популярных, поскольку музыкальные концерты различных жанров и направлений пользуются постоянным спросом. Фестиваль как явление художественной жизни отличается особой атмосферой праздника, ориентацией на показ лучших художественных коллективов и исполнителей, оригинальностью репертуарного предложения. С каждым годом этот активный и динамичный вид туризма все больше и больше стал набирать обороты.

Музыкальные фестивали пользуются популярностью у туристов абсолютно разных возрастов, но объединяет их одно – активный отдых, желание увидеть новое, ощутить атмосферу праздника. Они соединяют в себе множество целей и задач, и даже если турист едет на небольшой срок, то такая поездка будет насыщена различными событиями, а впечатления запомнятся надолго.

## 3 РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРА

### 3.1 Общая характеристика тура

Создание правильного туристского продукта – нелегкая задача, потому что нужды, требования и желания туристов постоянно изменяются, силы конкуренции воздействуют на жизненный цикл продукта, таким образом, что продукты, успешные на определенном этапе жизненного цикла, позже попадают в стадию упадка или умирают<sup>26</sup>. Таким образом, разработка туристского продукта – сложный и многоступенчатый процесс, который включает маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, оценку реальных затрат на разработку, рекламу и продвижение турпродукта и многое другое.

Новый туристский проект будет реализован в Приморском крае, город Владивосток.

Вид туризма – фестивальнй туризм.

Название фестивального тура – «ВладивостокДжазФест».

Основная цель фестивального тура «ВладивостокДжазФест» – популяризация музыкальной джазовой культуры, знакомство с молодыми исполнителями, посещение концертов, мастер-классов, пресс-конференций и творческих встреч.

Планирование фестивального тура «ВладивостокДжазФест» предполагало следующие этапы:

- выявление тенденций туристских прибытий в туристский регион;
- анализ специфических характеристик туристов, посещающих территорию;
- выделение предпочтений прибывающих туристов к средствам размещения, к транспорту, инфраструктуре<sup>27</sup>.

Международный джазовый фестиваль во Владивостоке - один из самых

<sup>26</sup> Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2019. С. 289.

<sup>27</sup> Кутарев О.Ю. Потенциал событийного туризма на Дальнем Востоке // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2018. № 6. С. 84.



известных джазовых фестивалей на Дальнем Востоке России и одно из важнейших музыкальных событий приморской столицы. Он проходит ежегодно осенью (Ноябрь), как и большинство джазовых фестивалей в мире.

Международный фестиваль во Владивостоке стал одним из первых мероприятий такого типа в Приморье. Он ведет свою историю с 2003 года. В течение 15 лет фестиваль развивался и в настоящее время стал центром джазовой культуры Приморского края, который ежегодно посещают более 5 тысяч человек.

Фестивальные мероприятия проходят каждый день на различных сценах города. Главной концертной площадкой является Большой зал Приморской краевой филармонии. Помимо концертов, в рамках фестиваля проходят пресс-конференции, мастер-классы, творческие встречи. Поэтому все гости фестиваля, в зависимости от музыкальных предпочтений, могут найти подходящее каждому музыкальное общение, которое позволит насладиться живым звучанием джаза.

Традиционно, участники фестиваля – звезды мирового масштаба из разных стран, а также представители дальневосточного джаза, которые приезжают сюда не только показать свое мастерство, но и увидеться и пообщаться с коллегами. Среди участников прошлых лет такие знаменитости, как – Билли Кобэм, Ренди Брекер, группа «Меццофорте», группа «Paranosh», Марко Миннеманн, Грег Хау, Диана Пентон, Эдмар Кастанеда, джаз-трио «Chicken & Friends», Игорь Бутман, Олег Бутман, Девид Хельбок, Марк Бертумье, Эльдар Джангиров, Анатолий Кролл, Сергей Манукян, группа «Маримба плюс», Валерий Гроховохский, Стенли Джордан, Джесси Девис, Кени Вашингтон, Эрик Ленини, Мирна Клейтон, Дениз Перье, Олег Киреев, Себастьян Студницкий, Реми Паноссиан, и многие другие.

В 2018 году участниками XVI международного джазового фестиваля стали всемирно известные музыканты из США, Японии, Германии, Кореи, Польши, России.

Маршрут фестивального тура «ВладивостокДжазФест» (Благовещенск – Владивосток – Благовещенск).

Время проведения фестивального тура «ВладивостокДжазФест» – ежегодно (ноябрь).

Маршрут рассчитан на группу из 15 человек, помимо руководителя. Этот вид туризма включает в себя путешествия и поездки на Международный джазовый фестиваль.

Маршрут рассчитан на 6 дней.

Согласно проведенного опроса тур разработан для туристов возрастной группы 18 – 30 лет из города Благовещенск.

Размещение туристов происходит в трехзвездочной гостинице «Жемчужина». Современный отель «Жемчужина» располагает номерным фондом в 120 номеров различной категории.

Отель находится в историческом и административном центре Владивостока в непосредственной близости от железнодорожного и морского вокзалов. Многолетняя история и растущее количество постоянных гостей позволяет заявлять нам о динамичном развитии в условиях современного рынка и высоком профессионализме сотрудников.

Гостиница «Жемчужина» соответствует уровню 3 звезд согласно международной классификации. Гостиница предоставляет спектр услуг, таких как камера хранения, такси, Wi-Fi, гладильная комната, карта постоянного гостя.

Гостиница «Жемчужина» находится от 3 км от Приморской краевой филармонии, где будет проходить международный джазовый фестиваль. Таким образом гостиница отлично подходит для размещения туристов.

Вид транспорта: микроавтобус, моторные лодки.

Питание в туре: двухразовое (завтрак, ужин).

В итоге можно сделать выводы, во-первых, географическое положение Приморского края во многом объясняет его преимущество над большинством других регионов Дальнего Востока в развитии туризма. Динамика внутреннего туризма показала, что количество прибывших в этот регион туристов в последние годы начало увеличиваться, однако это не дает основания утверждать, что туризм, а в частности приключенческий, в Приморском крае начал занимать лидирующее положение. Во-вторых, анализ предложений в городе Владивосток

показал, что туристические фирмы, за некоторым исключением, не готовы предложить туристам многообразия туров. Имеющиеся предложения достаточно разнообразные, однако рассчитаны только на небольшое количество туристических дней. В-третьих, Приморский край имеет богатейший запас туристических ресурсов, что позволяет включить некоторые их объектов в туристскую программу. Поэтому необходим грамотный подход к приключенческому туризму, который приведет к повышенному притоку туристов из России и жителей таких стран как Китай, Корея, Япония.

### **3.2 Программа тура**

В рамках участия в фестивальном туре «ВладивостокДжазФест» туристы посетят Международный джазовый фестиваль, также туристам кроме фестиваля, будет предоставлена насыщенная культурная программа.

Мероприятия, входящие в фестивальный тур «ВладивостокДжазФест»:

– международный джазовый фестиваль. Концерт состоится в рамках проекта «Джаз из Нью-Йорка», который представляет продюсерское агенство «Международные Джазовые Сезоны». Альт-саксофонист Марк Гросс широко известен любителям джазовой музыки как настоящий мастер хард-бопа и джазовой традиции. Программа посвящена легендарному Дюку Эллингтону, солистом оркестра которого он работает долгое время;

– культурно-познавательная экскурсия «город у Тихого Океана». На авто-пешеходной прогулке по Владивостоку туристы познакомятся с главными культурными памятниками города и увидят красивейшие панорамы с видовых площадок хребта Сихотэ-Алинь. Увидят невероятные природные ландшафты с лучших ракурсов, встретятся лицом к лицу с Тихим океаном и познакомятся с историей освоения Дальнего Востока;

– посещение джаз-клуба Syncora. Знакомство с джаз-культурой Владивостока. Выступление звезд как мирового масштаба, так и талантов Владивостока;

– посещение джаз-бара «Контрабанда». Творческая встреча с участниками фестиваля;

– гастрономическая экскурсия «Вкус джаза». Особенности питания и вкусовые предпочтения знаменитых джазовых исполнителей. Туристы проведут время в атмосферном ресторане в дружеской компании.

Программа обслуживания туристов в фестивальном туре «ВладивостокДжазФест» представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

День	Время	Мероприятия	Примечание
1	4.00	Сбор группы на ж/д вокзале г. Благовещенск	Знакомство с сопровождающим (руководителем)
	4.40	Отправление поезда из г. Благовещенск (Амурская область)	Время местное
2	8.28	Прибытие в г. Владивосток	Время местное
	10.00	Трансфер в гостиницу	–
	11.15	Заселение в гостиницу	–
	13.00 – 15.00	Экскурсия «город у Тихого Океана»	Авто-пешеходная экскурсия культурно-познавательной направленности
	18.00	Ужин	Ресторан «ДельМар».
	19.00	Трансфер в джаз-клуб Syncora	Знакомство с джаз культурой Владивостока
	23.00	Трансфер в гостиницу	–
3	9.00	Завтрак	Завтрак в гостинице
	10.00 – 13.00	Джаз-бар «Контрабанда»	Творческая встреча с гостями-участниками фестиваля
	13.00	Обед	Джаз-бар «Контрабанда»
	14.00		Свободное время
	15.00 – 20.00	Международный джазовый фестиваль	Посещение мероприятий фестиваля. Знакомство с участниками. Отдых
	21.00	Ужин в ресторане «ДельМар»	–
4	9.00	Завтрак в гостинице	–
	10.00	Посещение Приморской краевой Филармонии	Выступление местных джаз-коллективов, небольшой джазовый мастер-класс
	14.00	Гастрономическая экскурсия «Вкус джаза»	–
	18.00	Ужин. Свободное время	Ресторан «ДельМар»
5	12.00	Выселение из гостиницы. Трансфер на ж/д вокзал г. Владивосток	–
6	16.57	Прибытие в г. Благовещенск	–

Далее в работе будет представлена калькуляция фестивального тура «ВладивостокДжазФест».

В настоящее время разработаны три метода ценообразования:

- ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции;
- ценообразование с ориентацией на спрос;
- ценообразование на основе издержек (затратный метод).

При ценообразовании с ориентацией на уровень конкурентов цены устанавливаются ниже рыночных, на уровне рыночных или выше рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предлагаемой ответной реакции конкурентов.

Ценообразование с ориентацией на спрос основано на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Данный метод применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении туристического продукта клиентами. При этом выявляется потолок цен – максимальная сумма, которую потребитель будет готов уплатить за данную услугу.

Ценообразование на основе издержек построено на калькулировании полной себестоимости туристского продукта.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Такой метод позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта.

Для калькулирования фестивального тура «ВладивостокДжазФест» наиболее подходящим является метод ценообразования на основе издержек (затратный метод). По цели же калькулирования будет использоваться плановая калькуляция

Рассчитаем прямые затраты фестивального тура «ВладивостокДжазФест»:

1) транспортные затраты.

Проезд Благовещенск-Владивосток, Владивосток-Благовещенск поездом (плацкарт).

Стоимость билета на 1 человека 4022,00 руб. (Благовещенск-Владивосток), и 3950,00 руб. (Владивосток – Благовещенск). В группе 16 человек.

$$4022,00 \times 16 + 3950,00 \times 16 = 127552,00 \text{ руб.}$$

Стоимость аренды микроавтобуса составляет 1000 руб./час. Автобус арендуется у компании «Автобус-тур». Перевозка туристов занимают 2 часа.

Стоимость аренды микроавтобуса на 1 человека в час составляет:

$$1000 : 16 = 62,5 \text{ руб.}$$

Стоимость аренды микроавтобуса на 1 человека за 4 часа составит:

$$62,5 \times 4 = 250 \text{ руб.}$$

Стоимость аренды микроавтобуса на 16 человек в час составит:

$$62,5 \times 16 = 1000 \text{ руб.}$$

Стоимость аренды микроавтобуса на 4 часа:

$$1000 \times 2 = 2000 \text{ руб.}$$

2) расходы на проживание:

Проживание в гостинице «Жемчужина» 6 дней, 16 человек. Расселение в двухместных номерах стандарт с двухспальными и односпальными кроватями. Стоимость двухместного номера с двухспальной кроватью 2475 руб., стоимость двухместного номера с двумя односпальными кроватями 2200 руб. На группу 15 человек необходимо 3 номера с двухспальными кроватями и 5 двухместных.

$$2475 \times 3 \times 6 + 2200 \times 5 \times 6 = 110550 \text{ руб.}$$

3) расходы на питание представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Расходы на питание

Наименование	Стоимость на 1 чел. в день руб.	Стоимость на группу в день руб.	Количество	Общая стоимость на 1 чел.	Общая стоимость на группу
Обед	500,00	8000,00	4	2133,00	32000,00
Завтрак	400,00	6400,00	2	853,33	12800,00
Итого	900	14400,00	–	2986,33	44800,00

Стоимость питания на 1 человека:

$$(500 \times 4 + 400 \times 2) \times 16 : 15 = 2986,33 \text{ руб.}$$

Стоимость питания на группу:

$$8000 \times 4 + 6400 \times 2 = 44800 \text{ руб.}$$

4) расходы на тур. программу:

- экскурсия «Город у Тихого океана» – 1000 руб.;
- международный джазовый фестиваль – 1500 руб.;
- гастрономическая экскурсия «Вкус Джаза» – 2500 руб.;
- посещение джаз-клуба Syncora (входные билеты) – 500 руб.;

– посещение джаз-бара «Контрабанда» (входные билеты) – 500 руб.

Итого на группу 96000,00 руб., на 1 человека 6400,00 руб.

Зарплата гида:

12000 руб. за 6 дней с группы.

12000 руб. : 15 чел. = 800 руб. с человека.

Заработная плата руководителю по фиксированному тарифу гид сопровождающий получает 2000 руб. так как тур рассчитан на 6 дней, следовательно, руководитель получит зарплату в размере 12000 руб.

Прямые затраты = транспортное обслуживание + проживание + питание + экскурсионная программа + зарплата сопровождающему.

Итого прямые затраты будут равны: 407902,00 на группу, 27190,13 на 1 человека.

Рассчитаем косвенные затраты (10 %) :  $407902,00 : 10 = 40790,2$  руб. на группу.

Сумма прямых и косвенных затрат дает полную себестоимость продукта:

$407902,00 + 40790,20 = 448692,20$  руб.

Или 29912,81 руб. с человека.

Прибыль (10 % от полной себестоимости продукта) равна:

$448692,20 \times 10 \% = 44869,20$  руб.

Налог на доходы составляет 20 % от прибыли:

$44869,20 \times 20 \% = 8973,84$  руб.

Продажная цена включает полную себестоимость, прибыль и налог на прибыль:

$448692,00 + 44869,20 + 8973,84 = 502535,24$  руб. на группу.

$502535,24/15=33502,35$  руб. на 1 человека

Таблица 7 – Калькуляция на группу, состоящую из 15 человек + 1 гид

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в процентах	в стоимостном выражении, в руб.	
		на группу	на 1 человека
1	2	3	4
Транспортные расходы	–	129552,00	8636,80
Расходы на проживание	–	110550,00	7370,00

## Продолжение таблицы 7

1	2	3	4
Расходы на питание	–	44800,00	2986,33
Расходы на экскурсионное обслуживание	–	96000,00	6400,00
Страхование туристов	–	15000,00	1000,00
Заработная плата гида	–	12000,00	800,00
Прямые затраты	–	407902,00	27190,13
Косвенные затраты	10	40790,20	–
Полная себестоимость	–	448692,2	–
Прибыль	10	44869,20	–
Налог на доходы	20	8973,84	–
Продажная цена на группу	–	502535,24	–
Продажная цена на туриста	–	–	33502,35

Итак, данный турпродукт будет востребован. Как видно из проведенных расчетов цена турпродукта приемлема для людей со средним уровнем доходов и включает все указанные услуги и все расходы, а потребительские свойства его будут соответствовать потребностям туристов в новизне и привлекательности. Чтобы добиться роста фестивального туризма в России, необходимо обеспечить соответствующий уровень качества услуг, отвечающий мировым стандартам, и сделать российский туризм конкурентоспособным.

### 3.3 Разработка мероприятий по продвижению нового тура

В процессе написания работы установлено, что 79 % всех клиентов (молодые люди как целевая группа данного туристского продукта) узнают о новых турах используя Интернет. Далее проведем более детальный анализ этого направления и эффективности его применения.

В тоже время анализ поисковых запросов позволил выяснить, что наибольшее число запросов осуществляется именно пользователями социальных сетей и сервисов (приложение А)

Исходя из данных приложения, мы можем видеть, что наибольший трафик при поиске подобного тура может генерировать FB (Фейсбук).

Трафик – это поток посетителей на сайт, или простыми словами посещаемость. Итак, 72 % посетителей может приносить компании социальная сеть FB; 14,49 % – YouTube; 7,46 % – VK; 2,72 % – Instagram; 1,14 % – Odnoklassniki; 0,17 % – другие социальные сети.

Необходимо отметить, что социальные сети FB (Фейсбук) и Instagram на



данный момент запрещены на территории РФ. Поэтому наиболее приоритетными считаются VK, Odnoklassniki и сервис YouTube

Эти показатели сформированы за счет пассивного интереса новым турпродуктам фестивального туризма. Если турфирма которая будет продвигать данный туристский продукт будет активно вести страницы в данных социальных сетях, то потоки могут перераспределиться и увеличиться в общем объеме.

Таким образом, можно дать следующие рекомендации для улучшения объемов продаж перспективного фестивального тура «ВладивостокДжазФест»:

- размещать отзывы посетителей о преимуществах тура;
- создать отдельные страницы в соцсетях посвященные данному туру;
- создать чат-бот для ответа на часто задаваемые вопросы.

Полученные данные портрета клиента позволяют сделать вывод, что необходимо активизировать свою деятельность в следующих соцсетях:

- 1) VK;
- 2) сервис YouTube;
- 3) сервис – TikTok;
- 4) Odnoklassniki.

Таргетированная реклама в VK должна быть ориентирована на правильную целевую аудиторию для продажи тура. Преимущественно такие люди сначала становятся подписчиками, а уже потом могут обратиться за покупкой тура, но турагентство должно с определенной периодичностью делать посты, напоминать о себе и заинтересовывать подписчиков.

Следующий сервис – TikTok. Особенности продвижения в ТикТок в том, что лента TikTok настроена так, что с каждым новым просмотренным роликом она предлагает все более соответствующий предпочтениям пользователя контент, таким образом, затягивает и становится бесконечной. Такой алгоритм в совокупности с активной аудиторией сделали TikTok, пожалуй, самой перспективной площадкой для раскрутки туристского бизнеса.

Главной целью каждого пользователя этой социальной сети есть возможность попасть в тренды или рекомендации и таким образом раскрутить себя в

ТикТок. Самое простое и правильное решение - брать уже имеющиеся идеи, и добавить немного креатива от себя.

Ключевые рекомендации:

- видео должны быть динамичным. Аудитория любит быструю смену кадров и креатив;
- продвигать оффлайн-туры сложнее, чем онлайн-проекты;
- в роликах делать упор на творчество и удивлять аудиторию. Нужна грамотная интеграция продвигаемых объектов без навязывания;
- отслеживайте раздел «Тренды», чтобы иметь представление о контенте, который популярен прямо сейчас.

В рамках ниши фестивального тура рекомендуем публиковать:

- 1) интерактивные ролики с предложением угадать место;
- 2) красивые зарисовки с фестиваля;
- 3) динамичные влоги.

Социальная сеть имеет акцию для путешественников – челлендж #TikTok Travel. Тематические ролики набрали почти 2 миллиарда просмотров суммарно.

Следующее направление – YouTube канал.

Учитывая большую конкуренцию для продвижения своего бизнеса, владельцы турагентств используют все возможные площадки, в том числе реклама на Facebook, реклама в Instagram и пр. соцсети, местные доски объявлений и т.д. Кроме этого достаточно популярен и перспективен туристский бизнес через YouTube

Необходимо отметить, что 72 % пользователей предпочитают и считают более удобным посмотреть видео, чем читать текст для изучения услуги. Далее представлен рекомендуемый список самых популярных форматов видео для продвижения фестивального тура:

- о фестивале и туре. В классическом формате просто рассказывается и показываются преимущества тура, однако лучше снимать эмоциональные видео, которые будут формировать положительные эмоции и ассоциации у клиентов;

- обзор дополнительных экскурсий;
- живые трансляции с фестивалей мероприятий в разных странах мира;
- советы. Как забронировать гостиницу, отель или какую выбрать экскурсию;
- часто задаваемые вопросы. Чтобы каждый раз не отвечать на одни и те же вопросы, необходимо записать соответствующее видео;
- вебинары. Интересные истории о фестивальных турах, которые рассказываются в режиме реального времени помогут привлечь внимание.

На основании проведенного исследования далее будут сформированы цели продвижения фестивального тура и этапы продвижения проекта.

Цель продвижения проекта – повышение узнаваемости и объемов продаж фестивального тура «ВладивостокДжазФест», среди населения региона и потенциальных туристов из соседних регионов.

Целевая аудитория – заинтересованные пользователи (приоритет молодые семьи, молодежь, семьи без детей).

Продвижение проекта будет состоять из трех основных этапов: мотивация; планируемые действия; завершающий этап.

1 этап – мотивация. Определение целевой группы, итоговых целей проекта. Также окончательно будут проработаны этапы регистрации и активности в социальных сетях.

2 этап – планируемые действия по продвижению. Разработка медиа-плана и контент-плана. Реализация сценария проекта.

3 этап – завершающий. Данный этап подразумевает подведение итогов проекта, определение его дальнейших перспектив: есть ли необходимость его пересматривать, что можно усовершенствовать при подготовке и продвижении, целесообразно ли каким-либо образом изменить методы продвижения туристского агентства.

Для разработки элементов продвижения данного проекта в исследовании будет разработан медиаплан. Предложенный далее медиаплан для фестивального тура «ВладивостокДжазФест» сформирован в результате анализа факто-

ров, характеризующих тот или иной аспект. Далее в работе представлен разработанный в процессе исследования медиаплан продвижения фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в социальной сети, TikTok и YouTube (таблица 8).

Таблица 8 – Медиаплан продвижения фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в социальной сети VK, Одноклассники, TikTok, YouTube

Место для размещения, вид социальной сети/сервиса	Причина выбора площадки	Формат рекламного сообщения	Период	Цена, руб.	Число показов за период	Количество кликов за период	CTR (в %)	Цена, руб.	
								За 1000 (CPT)	За клик (CPC)
Одноклассники	Целевая аудитория (приоритет молодые семьи, семьи без детей, трудовые коллективы)	Текстовые блоки, видео и графические блоки, контекстная реклама	Первый этап с мая по декабрь потом бес-срочно	3200	42 500	6 850	16,12	75,3	0,5
Вконтакте	Целевая аудитория (приоритет молодые семьи, молодежь)	Текстовые блоки, видео, контекстная реклама		2500	25 400	2 400	9,45	98,4	1,0
TikTok	Целевая аудитория (приоритет молодые семьи, молодежь)	Видео и вирусные ролики, контекстная реклама		4400	37 400	9800	26,20	117,6	0,4
YouTube	Целевая аудитория (молодые семьи, молодежь, семьи без детей, трудовые коллективы)	Видео		10200	36 500	2 400	6,58	279,5	4,3
Месяц				25400	207 200	36 850	17,78	122,6	0,7

В целом для формирования комплекса рекомендаций по продвижению фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в рамках существующего туристского рынка в перспективе будет необходимо провести анализ конкурентов и SWOT-анализ. Существующий фестивальный тур «ВладивостокДжазФест» необходимо оперативно и эффективно продвигать на национальный и региональный туристский рынок.

Одним из ключевых элементов продвижения является реклама (в данном случае реклама в социальных сетях и сервисах как сравнительно недорогая, но эффективная). Общая сумма необходимая на продвижение фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в социальных сетях и сервисах составит 25 400 руб. в месяц.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные исследователи под фестивальным туризмом подразумевают организацию кратковременных познавательных путешествий (не более недели) с целью посещения определенных событий (от концертов современной музыки до религиозных празднований, от этнических карнавалов до парадов субкультур), с периодичностью 1 раз в год. Фестивальный туризм рассматривается как составляющая событийного туризма.

Технология организации фестивальных туров довольно сложна. Фестивальный туризм зависит от наличия антропогенных туристических ресурсов и без них не может. Фестивальный туризм мало привязан к природным условиям. Это связано с тем, что фестивали могут проводиться как в помещении, да и на улице. В основном фестивали проводятся в городах и за городом. Можно сказать, что природные ресурсы не являются значительным фактором в организации фестивалей.

Зарубежный опыт музыкального фестивального туризма внёс огромный вклад в развитие международного туризма. На сегодняшний день традиция проведения ежегодных фестивалей в мире продолжается – события множатся, привлекая потоки туристов. Проведение фестивалей имеет огромное значение для сохранения единого культурного пространства каждой страны.

Фестивальный туризм в России начал развиваться недавно и занимает пока малую долю в структуре внутреннего турпотока страны. Но, несмотря на это, сегодня мы имеем примеры хорошей организации ярких фестивальных мероприятий на региональном и муниципальном уровнях. Однако все мы должны понимать, что имеющиеся событийные мероприятия пока нельзя отнести к конкурентоспособным на мировом уровне.

Для выявления потребности потенциальных клиентов в новом туристической продукте, а именно тур с музыкальным фестивалем, было проведено анкетирование. В опросе приняли участие 47 человек. В результате применения методов простой группировки и классификации были получены следующие данные: в опросе приняли участие 66 % женщин и 34 % мужчин.

Большинство респондентов относятся к так называемому «наиболее социально активному возрасту» от 17 – 30 лет. В итоге среди опрошенных респондентов преобладают лица молодого возраста (они составляют 79 %). Установлено, что спрос на данный туристический продукт есть, но также существуют некоторые проблемы, многие респонденты ответили, что недостаточно информации о предстоящих фестивальных мероприятиях в России.

Новый туристский проект будет реализован в Приморском крае, город Владивосток.

Название фестивального тура – «ВладивостокДжазФест».

Основная цель фестивального тура «ВладивостокДжазФест» – популяризация музыкальной джазовой культуры, знакомство с молодыми исполнителями, посещение концертов, мастер-классов, пресс-конференций и творческих встреч.

Маршрут фестивального тура «ВладивостокДжазФест» (Благовещенск – Владивосток – Благовещенск).

Время проведения фестивального тура «ВладивостокДжазФест» – ежегодно (ноябрь).

Маршрут рассчитан на группу из 15 человек, помимо руководителя. Этот вид туризма включает в себя путешествия и поездки на Международный джазовый фестиваль.

Маршрут рассчитан на 6 дней.

Питание в туре: двухразовое (завтрак, ужин).

Продажная цена – 33502,35 руб.

Для продвижения данного проекта в исследовании был разработан медиаплан. Предложенный медиаплан для фестивального тура «ВладивостокДжазФест» сформирован в результате анализа факторов, характеризующих тот или иной аспект. В работе представлен разработанный в процессе исследования медиаплан продвижения фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в социальной сети VK и одноклассники, TikTok и YouTube.

Общая сумма необходимая на продвижение фестивального тура «ВладивостокДжазФест» в социальных сетях и сервисах составит 25 400 руб. в месяц.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис.... канд. эконом. наук / О.А. Алексеева. – М.: Российская международная академия туризма, 2012. – 24 с.
- 2 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма: учеб. пособ. / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 321 с.
- 3 Богданов, Е.И. Экономика отрасли туризма: учеб. / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
- 4 ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. – М.: Стандартинформ, 2020. – 16 с.
- 5 ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. – М.: Стандартинформ, 2019. – 8 с.
- 6 Долженко, Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова // Общественные науки. – 2017. – № 6. – С. 116-119.
- 7 Карчевская, Е.Н. Исследование фестивального туризма с позиции концепции MOST / Е.Н. Карчевская // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2020. – № 2. – С. 13-16.
- 8 Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 672 с.
- 9 Костанди, В.В. Своеобразие европейского фестивального туризма / В.В. Костанди // Индустрия туризма и гостеприимства в контексте межкультурной коммуникации. – 2018. – № 11. – С. 143-148.
- 10 Купченко, А. Событийный туризм в России / А. Купченко // Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг. – 2018. – № 5. – С. 208-210.
- 11 Кутарев, О.Ю. Потенциал событийного туризма на Дальнем Востоке / О.Ю. Кутарев // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2018. – № 6. – С. 83-86.

12 Макарецца, Л.В. Фестивальный туризм Саратовской области / Л.В. Макарецца // География и туризм. – 2019. – № 1. – С. 129-132.

13 Назимко, А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко. – М.: Вершина, 2017. – 224 с.

14 Нарута, Я.С. Событийный туризм: понятия, виды, классификация / Я.С. Нарута, Т.А. Гагарина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2018. – № 11. – С. 1158-1162.

15 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изм. и доп. от 02.07.2021 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

16 Пахарь, В.В. Сущность фестивального туризма как одного из направлений событийного туризма / В.В. Пахарь // Образование и наука: современный вектор развития. – 2021. – № 15. – С. 145-150.

17 Пациенко, С.А. Роль культурно-исторического наследия в развитии событийного туризма в республике Беларусь / С.А. Пациенко // Туризм. – 2020. – № 10. – С. 121-125.

18 Самсоненко, Т.А. Музыкальные фестивали как перспективное направление развития событийного туризма / Т.А. Самсоненко // Стратегическое управление развитием экономики. – 2021. – № 2. – С. 319-321.

19 Ссюхина, К.С. Фестивальный туризм как новое направление в событийном туризме / К.С. Ссюхина, В.В. Тельных // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации. – 2018. – № 21. – С. 113-119.

20 Страчкова, Н.В. География фестивального туризма и его влияние на привлечение туристов / Н.В. Страчкова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. – 2020. – № 9. – С. 370-376.

21 Стрембицкая, Л.И. Факторы и перспективы устойчивого развития фестивального туризма / Л.И. Стрембицкая // StudNet. – 2021. – № 1. – С. 5-7.



22 Стрембицкая, Л.И. Фестивальный туризм как составляющая событийного туризма / Л.И. Стрембицкая // StudNet. – 2020. – № 10. – С. 91-93.

23 Троценко, О.И. Развитие фестивального туризма как одного из направлений повышения экономической эффективности туристского бизнеса в Крыму / О.И. Троценко, Л.С. Абрамова // Вектор экономики. – 2021. – № 1. – С. 62-64.

24 Фестивальный туризм [Электронный ресурс] // Bobolink.ru: офиц. сайт. – 22.05.2019. – Режим доступа: <http://bobolink.ru/neplyazhnyj-turizm/469-festivalnyj-turizm>. – 30.03.2022.

25 Халилов, Э.А. Музыкальный фестиваль как фактор развития событийного туризма / Э.А. Халилов // Казанский вестник молодых учёных. – 2021. – № 7. – С. 117-119.

26 Хоменко, В.И. Фестивальный туризм как перспективное направление развития событийного туризма в России / В.И. Хоменко, М.С. Моисеева // Инновационные подходы в решении современных проблем социальной, гуманитарной и экономической сферы. – 2018. – № 6. – С. 126-137.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Источники трафика при поиске нового турпродукта

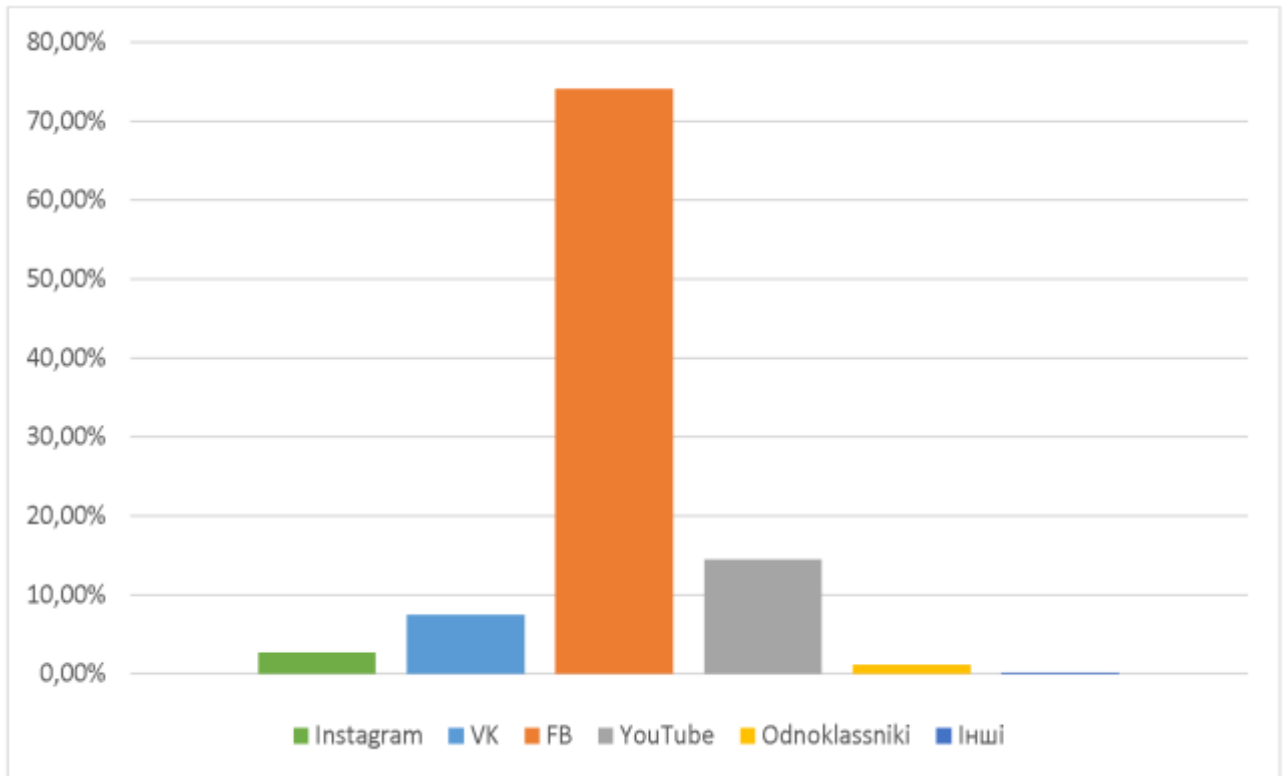


Рисунок А.1 – Источники трафика при поиске нового турпродукта