

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ  
КУЛЬТУРИ  
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА  
МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
**МУЗИКА ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС**

здобувача вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня  
зі спеціальності 242 Туризм  
освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

**ТРИЗНА ДІАНА АНДРІЇВНА**

Допущено до захисту:  
Завідувач кафедри, доктор  
культурології, доцент

БОЖКО  
ЛЮБОВ  
ДМИТРІВНА

Науковий керівник:  
старший викладач

ШУМЛЯНСЬКА  
НАТАЛЯ  
ВОЛОДИМИРІВНА

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА МУЗИЧНИХ РЕСУРСІВ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ТУРИЗМІ	7
1.1 Музичні фестивалі та карнавали як ресурси подієвого туризму	7
1.2 Вплив музики на формування тематичних турів та екскурсій	20
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІЄВОГО МУЗИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	28
2.1 Аналіз ринку музичних турів у світі та Україні	28
2.2 Особливості та тенденції розвитку музичного туризму	33
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО МУЗИЧНОГО ТУРИЗМУ	39
3.1 Проект музичного туру «Мелодії Заходу України» для внутрішнього туризму в Україні	39
3.2 Особливості збуту розробленого туру «Мелодія Заходу України»	45
Висновки до розділу 3	48
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	52
ПЕРЕЛІК СТАЛИХ ВИСЛОВІВ	57

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Музичиний туризм – це один із різновидів світового туризму, який розвивається у швидкому темпі і вважається одним із потенційних лідерів туристичного ринку в майбутньому. Про те, досить часто музичний туризм сприймають як частину подієвого або тематичного туризму. Бурхливий розвиток туризму в останні десятиліття збільшив інтерес туристів до вивчення нових культур та отримання унікальних туристичних послуг.

Ці потреби задовольняє музичний туризм, який здатен познайомити туристів з культурою країни або міста. Розповіді про життя митця, гурту та показати їх бачення світу та місця в якому живуть.

Складний час для туризму пов'язаний з пандемією тільки пожвавив інтерес місцевого населення до внутрішніх подорожей та вивчення власної культури.

Український фольклор широко розвинений по всій території України та тісно пов'язаний з історією народу й може познайомити як українських, так й іноземних туристів з українською культурою.

Види туризму їх історію та сучасний стан досліджували: Д. Гетц, Бабкін О.В., Тищенко П.В., Смаль І.В., та інші. Наукові доробки охоплювали тематичні тури, які пов'язані з музикою та фестивалієм туризмом, але окремого дослідження музичного туризму не було, тому й актуалізується дослідження цієї теми.

Мета роботи виявити сучасні тенденції та проблеми розвитку музичного туризму в Україні.

Відповідно до мети було визначено такі завдання дослідження:

- охарактеризувати особливості музичних фестивалів та виділити їх як складову музичного туризму;
- розкрити роль музики в формуванні тематичних турів та екскурсій;

- проаналізувати ринок музичного туризму в Україні та світі;
- дослідити тенденції та перспективи розвитку музичного туризму в Україні та світі;
- розробити музичний тур спрямований для внутрішнього туризму в Україні

**Об'єкт дослідження** – музичний туризм.

**Предмет дослідження** – особливості розвитку музичного туризму у світі та перспективи розвитку в Україні.

**Методи дослідження** – метод системного аналізу, метод порівняльного аналізу, статистичний метод, метод узагальнення та метод системазування.

Проблемі дослідження музичного туризму та фестивального, як частини музичного присвячені роботи Андрієш Ю.П., Бучко Ж.І., Кляпа М. П., Смаля І.В., Шандора Ф. Ф., Бабкіна О.В., Устименко Л.М., Петранівського В. Л., Молодецького А.Е., Пташнік А.В., Топорницької М. Я., Габчак Н. В., Тищенко П.В. та інші. Проте, в наукових публікаціях відсутнє узагальнення щодо розвитку музичного туризму в Україні. Це й зумовило вибір проблеми дослідження.

**Наукова новизна** полягає в теоретичному узагальненні поняття «музичний туризм» аналізі особливостей розвитку та сучасних тенденцій музичного туризму, виявленні та обґрунтуванні стратегічних напрямків розвитку музичного туризму в Україні та світі.

**Практична значущість дослідження.** Результати роботи можуть бути використані для подальших досліджень музичного туризму в Україні та в окремих її регіонах, областях чи містах, зокрема, щодо розробки стратегії розвитку музичного туризму в Україні.

**Апробація результатів дослідження.** Здійснювалась на науковій всеукраїнській конференції «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 2021).

**Публікації.** Основні тези та висновки дослідження викладено у 1 науковій публікації.

**Структура бакалаврської роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, 6 підрозділів, загальних висновків та містить 56 сторінок, 7 таблиць, 42 найменування в списку використаних джерел, з них 12 іноземними мовами.

## РОЗДІЛ 1

### ХАРАКТЕРИСТИКА МУЗИЧНИХ РЕСУРСІВ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ТУРИЗМІ

#### 1.1 Музичні фестивалі та карнавали як ресурси подієвого туризму

Тема музичних фестивалів їх історії та значення в світовому туризмі розкривалася в працях: О.О. Бейдика, І.В. Смаль, Д. Гетц, П.В. Тищенко, О.І. Давиденка, О.В. Бабкіна та інших [18, с. 254].

Піфійські ігри в Дельфах, Стародавня Греція – чи не найраніший приклад фестивалів, що були пов'язані з музикою. Одну з чотирьох Пангельських ігор, Піфійські ігри, що проводилися на честь Аполлона (бога музики), вони проводили музичні змагання, відомі як агон мусікос, а також звичайну атлетику та шоу сили. Піфійські ігри, попередники Олімпійських ігор, засновані десь у 6 столітті до нашої ери, представляли танцювальні, мистецькі та музичні вистави. Переходячи до 10 століття до нашої ери, Греція все ще була осередком музичних подій. Щовесни триденний Фестиваль квітки винограду купував таланти в тогах до міста Афіни. Ще більш захоплені випивкою, ніж сучасні відвідувачі фестивалю, стародавні греки розпочали вечірку з конкурсу тихого пиття, перш ніж насолоджуватися пісненими та танцювальними виступами [1, с. 45].

У Великобританії та США на межі 18 і 19 століття з'явився музичний туризм, який поступово дійшов до інших країн світу. Важливим фактором для формування цього виду туризму став розвиток нових музичних жанрів, популяризація музики. Маршрут кожного жанру був розроблений так, що турист-меломан міг ознайомитись із умовами народження жанру, історією його розвитку. Різноманітна кількість пам'яток поряд з розвиненою інфраструктурою дозволяють туристам відпочити насичено та з комфортом.

Німецький фестиваль Байройт, який вперше розпочався в 1876 році, зобов'язаний своєму постійному існуванню щедрості короля Баварії. Заснована композитором Річардом Вагнером як спосіб продемонструвати його роботи, подія отримала стартові гроші від корони, в ній брали участь король та перші особи. Сьогодні щорічний фестиваль, який проходить у спеціально розробленому театрі «Байройт Фестшпільхаус», досі вважається місцем для любителів Вагнера, яким часто доводиться чекати роками на квитки [30].

Яскравим прикладом може послужити Ліверпуль, у якому музика з'єднана з міською інфраструктурою. Різноманіття музеїв та магазинів розповідають про життя та творчість групи The Beatles, а в клубах виступають кавер-колективи та сольні виконавці їх пісень. Головним місцем концентрації виконавців виступає відомий клуб Cavern Club, в якому починали співати The Beatles.

Стартом до музичного туризму послужив фестиваль Вудсток, який відбувся в 1969 році в Нью-Йорку. Організатори розраховували не більше ніж на сто тисяч відвідувачів, а прийшло близько півмільйона [31].

Зі зростанням глобалізації в останні десятиліття прискорила швидкість зростання туризму та туристичної індустрії загалом. З появою бюджетних авіакомпаній і дешевих авіаквитків подорожі перестали бути ексклюзивною привілеєм і стали доступним хобі для більшої частини населення світу. За ці роки з'явилися різні види туризму, такі як темний туризм та спортивний туризм. Для деяких подорожі стали стилем життя, наприклад, для тревелблогерів, чия кар'єра залежить від подорожей.

Музичний туризм існує давно. Люди відвідували Байройт через Вагнера, Зальцбург для Моцарта та Сідней, через його оперний театр. Ці поїздки можна розглядати як музичний туризм, де люди в певній мірі подорожують через музику та через результати її впливу на культуру, економіку та самоідентифікацію особистості.

Якщо хтось їздив на концерти навіть між сусідніми містами або селами, відвідуючи день міста або селища він також був частиною музичного туризму. Найбільш масовим видом музичного туризму є подорожі на фестивалі.

Слово «фестиваль» у перекладі з французької мови означає – свято, з латинського – святковий та веселий.

За визначенням: «фестиваль, уособлює собою масовий захід або дійство приурочене до визначної поїду, або в рамках огляду та демонстрації певних творчих, наукових доробок» [3].

Іншими слова можна сказати, що фестиваль – уособлює собою велике скупчення людей, красиве яскраве шоу, масові гуляння та веселощі, включає в себе показ різноманітних досягнень у областях музики, кіно та естради.

З давніх часів музика об'єднує людей різних народів з усіх частин земного шару. Перші записи про фестивалі датуються Давньою Грецією (Діонісія) або Римом (Сатурналії) або середньовічними карнавалами, та як правило вони були пов'язані з релігійними віруваннями. Фестивалі можна визначити як культурні події та унікальні моменти в історії, за допомогою яких відзначались особливі церемонії та ритуали для задоволення певних потреб [1, с. 128].

Головною метою проведення фестивалів в Європі було об'єднання великої кількості людей різних країн світу, які просто не уявляють своє життя без улюбленої музики, хочуть отримувати нові яскраві відчуття. Сучасний музичний фестиваль Європи – це яскраве шоу, де кожна людина розслабляється, відпочиває, отримує нові знання в області музики, знайомиться з цікавими людьми. Перші музичні фестивалі проходили в невеликих закритих приміщеннях. З кожним наступним проведенням формат цього заходу сильно змінювався, приміщення для його проведення вибирали все більше. Це пов'язано з тим, що було дуже багато бажаючих стати учасником такого заходу, або його гостем. Лише через кілька десятиліть



сучасні музичні фестивалі почали проводитися під відкритим небом, перші з них були в Італії.

У наш час багато фестивалів не пов'язані з певним місцем чи громадою, вони проводяться в різних місцях і стосуються світової культури. У цьому сенсі вони не стосуються конкретних національностей або соціальних груп, що мають однакові цінності, мову чи історію. Особливо важливим елементом є фактор досвіду, який породжує попит на фестивалі. Вони дозволяють людям піти від повсякденності, залишити повсякденні звичні соціальні ролі та перейти у світ гедоністичних розваг.

Нідерланди пропонують широкий спектр музичних фестивалів, фестивалі електронної музики домінують на ринку. Починаю від від EDM та техно, закінчуючи музичними фестивалями поп-музики, року та джазу [34].

Щороку багато з цих фестивалів залучають тисячі відвідувачів з усього світу. Різноманітність можна побачити, подивившись на прапори, які відвідувачі приносять із собою на фестивалі, щоб представляти свої країни. Деякі ді-джеї навіть роблять «момент підняття прапору» частиною свого шоу, коли вони фотографуються з аудиторією, яка показує свої прапори. Фестивалі існують для людей, як місця, куди люди приходять, щоб відпочити від «реального світу» [36].

Ці культурні події стали частиною світової економіки. Завдяки глобалізації туристичні компанії та організатори можуть скористатися перевагами музичного туризму. У Нідерландах є багато автобусних компаній, які пропонують поїздки на фестивалі з різних міст країни.

Деякі фестивалі приваблюють конкретні національності. Наприклад, «Qlimax» в Арнемі приваблює багато німців, і тому багато туристичних компаній пропонують організовані поїздки на цей захід із різних регіонів Німеччини [20].

Деякі фестивалі використовують цю тенденцію, розширюючи свою службу організованими рейсами на спеціальних фірмових літаках. Організатори бельгійського фестивалю Tomorrowland, пропонують

спеціальні літаки для відвідувачів фестивалю, також були створені тури, частиною яких є відвідування фестивалю та подальша подорож Європою [20].

Музичний туризм є обґрунтуванням для подорожей і може бути основною мотивацією для поїздки до місця призначення. Головною складовою частиною музичних фестивалів є якісна музика та розважальна програма, яка пропонується для відвідувачів, також варто зазначити, що музичний досвід перегляду концертного виступу перевершує звичайне прослуховування музичних композицій вдома. Для молоді можливість взаємодіяти з друзями, створювати нові знайомства з учасниками фестивалю. Танці з випадковими незнайомцями під час живого виступу улюблених виконавців також дарують яскраві спогади.

Мандрівники часто продовжують своє перебування у місці, де проходить музичний фестиваль, щоб оглянути місто чи регіон. Це можна розглядати як бажання відчувати місцеву культуру. Через туристичним компаніям, які пропонують подорожувальникам розширені послуги, що включають відвідування місцевих дестинацій у вільний від фестивалю час, збільшують власну комерційну вигоду.

Деякі компанії вміло спекулюють на вартості послуг для музичних туристів, що не завжди приносить користь мандрівникам. Прикладом є маленьке місто в Польщі – Плоцьк, яке організовує три великі фестивалі. Оскільки місто невелике і пропонує лише кілька готелів, проживання під час цих музичних фестивалів стає дефіцитним та проблематичним. Ці готелі збільшують ціни на номери лише на час фестивалів. Незважаючи на те, що ціни в кілька разів більші, вони всеодно швидко продаються. У випадку з Плоцьком туристи не мають вибору, де зупинитися, і вони повинні вибрати один із дорогих готелів [32].

У світі існує безліч музичних фестивалів, зазвичай щорічних, які залучають нелокальних відвідувачів. Самопроголошений найбільший

музичний фестиваль в світі – Summerfest, 11-денний захід у Мілуокі, штат Вісконсін, звітує щорічну відвідуваність у майже 1 000 000 чоловік [20].

Є також ряд щорічних карнавалів, які включають музику, танці і вуличні вечірки. До найбільших можна віднести Ріо-Карнавал в Бразилії, який щорічно привертає 500 000 іноземних відвідувачів, а карнавал Сальвадора де Баїя, який є найбільшою вуличною вечіркою у світі приваблює натовпи до двох мільйонів людей протягом тижня [34].

Карнавал Ноттінг Хілл (Лондон, Великобританія) є однією з найбільших вуличних вечірок в Європі і щорічно приваблює близько мільйона чоловік.

Існують сотні щорічних джазових фестивалів по всьому світу, найбільшим вважається «Монреальський міжнародний джазовий фестиваль, який за оцінками організаторів привертає увагу мільйона людей щороку, третина з яких іноземні туристи [20].

Деякі міста та регіони впродовж року слугують місцем для проведення музичних фестивалів, таких як Новий Орлеан, в якому кожного місяця проводяться заходи пов'язані з джазовою музикою. Також сюди можна віднести міста Європи, такі як Байройт в Німеччині, Відень в Австрії, Ла Скала у Мілані та Екс-ан-Прованс у Франції, які є ключовими місцями відвідування для прихильників оперної та класичної музики.

Особливо активно відправляються в музичні тури молоді люди. Щорічно по всьому світу проводиться велика кількість різних музичних фестивалів, на які приїжджає велика кількість любителів тих чи інших музичних напрямків. Ось, наприклад, такий один найстаріших в Європі музичних фестивалів Рінкрор, який щороку збирає в Нідерландах велика кількість любителів року і подібної музики, з усіх боків світу.

А такий великий музичний фестиваль як британський Glastonbury, проводиться на майданчику, яка займає більш ніж 3,5 квадратних кілометра. І, до вашого відома, ця територія ніколи не пустує. У Сполучених Штатах

Америку дуже велику популярність придбали такі рок-фестивалі як Lollapalooza і Ozzfest [28].

Любителі електронної музики можуть зустрітися в Ібіці, де у них є можливість послухати в місцевих клубах кращих діджеїв світу. Крім того, у багатьох країнах світу можна відвідати великі музичні фестивалі танцювальної музики. В першу чергу слід відзначити український KaZантіп, а також в США San Francisco LoveEvolution і Trence Energy в Нідерландах.

Музичні фестивалі набули свого розвитку в усіх частинах Земної кулі. В Австралії «Big Day Out – Tours Australia» проводиться у січні-лютому. BDO проводиться в кожному австралійському штаті. В рамках фестивалю представлено широке різноманіття музики від народної до важкого металу та експериментальної електроніки.

«Southbound» – Бюселтон, Західна Австралія – січень. Фестиваль європейського стилю в кемпінгу недалеко від курортного міста Бюселтон. Один з найбільш сімейних фестивалів в країні.

В Канаді: «Evolve Music and Awareness Festival» проводиться в місті Антігоніш, Нова Шотландія, в липні; «Folly Fest Gagetown», проводиться в місті Нью-Брансвік, червень – липень; «Вибух в Галіфаксі» проводиться в місті Галіфакс, Нова Шотландія, жовтень; «Harvest Jazz & Blues Festival» проводиться в місті Фредеріктон, жовтень; «Монреальський джазовий фестиваль» проводиться в місті Монреаль; «NXNE» проводиться в місті Торонто, «Оттава Блюзфест» проводиться в місті Оттава, «Пембертонський фестиваль» в Пембертон,; свято музики і мистецтв «Sunseekers Ball» проводиться в Шанс-Харборі [36].

Музичний фестиваль «Аруба-пляж душі» – проводиться кожного травня на Арубі, «Карибський морської джазовий фестиваль» проводиться на цьому ж острові протягом вересня – жовтня [20].

На Ямайці – «Reggae SumFest» проводиться в місті Монтего-Бей кожного липня [2].

В США широко розвинена система різноманітних фестивалів, які представлені нижче у таблиці «Найбільші фестивалі США» (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

## Найбільші фестивалі США

Назва фестивалю	Місце проведення	Час проведення
Фестиваль музики «Allgood»	вершина Марвінса	липень
«Остін Сіті Ліміт»	Остін, Техас	червень
«Музичний фестиваль Beale Street»	Мемфіс, Теннессі	травень
«Burning Man»	Блек Рок Сіті, Невада	серпень – вересень
«Coachella»	Індіо, Каліфорнія	квітень
«Детройтський фестиваль електронної музики»	Детройт, Мічиган	травень
«Народний фестиваль»	Ліон, Колорадо	серпень
«Jam Along the Creek»	Мілмонт, Пенсільванія	травень
«Jazz Fest»	Новий Орлеан, Луїзіана	квітень – травень
«Джазовий ювілей»	Сакраменто, Каліфорнія	травень
«Lollapalooza»	Чикаго	серпень
«Монтерей Джаз»	Монтерей, Каліфорнія	вересень
«Mountain Jam Hunter Mountain»	Нью-Йорк	червень
«Ньюпортський фольклорний фестиваль»	Ньюпорт, Род-Айленд	липень
«Ньюпортський джазовий фестиваль»	Ньюпорт, Род-Айленд	серпень
«Фестиваль музичних віолончелей»	Чикаго	липень
«Rock the Bells»	Сан-Франциско, Сан-	червень

	Бернардіно, Нью-Йорк	
«SXSW»	Остін, Техас	березень
«VooDoo»	Новий Орлеан, Луїзіана	жовтень
«RockyGrass»	Ліон, Колорадо	липень
«Вакаруса»	Малберрі, Арканзас	червень

(Складено автором за [34])

Найвідоміші музичні фестивалі Бразилії: Lollapalooza в Сан-Паулу, кінець березня або початок квітня; Рок в Ріо-Ріо-де-Жанейро, нерегулярний рок-фестиваль, вперше організований в 1985 році, потім в 1991 році і більш часто протягом 2000-х років. Також проводилися фестивалі «Рок в Ріо», який окрім Бразилії проходить в Лісабоні (кожен другий рік з 2004 року), Мадриді і Лас-Вегасі. Рок в Ріо показує деякі з найбільших імена року та бразильські групи.

В Японії: «Fuji Rock» в місті Ніїгата в липні та «Summer Sonic» в Токіо та Осаці в серпні [35].

Південна Корея – «Азіатський фестиваль пісні» в жовтні. В основному там виступають представники жанру К-поп, а також поп-музика з інших країн Східної і Південно-Східної Азії. Раніше проводилася в різних містах Південної Кореї, але з 2014 року фестиваль проходить в Пусані. Musicbank World Tour – кілька разів на рік корейська телекомпанія KBS організовує концерт з різними групами К-поп в основному по всій Азії, але також і в інших країнах світу, для прикладу в 2017 році це були Сінгапур, Дубай і Берлін.

В Данії проводиться музичний фестиваль «Roskilde» в кінці червня, початку липня. Це великий фестиваль, який має кемпінгову систему розміщення відвідувачів та знаходиться близько 30 хвилинах їзди на поїзді з Копенгагена. Приваблює молодь зі всієї Європи і всього іншого світу [31].

Фінляндія «Ruisrock», щорічно в ньому беруть участь понад 100 000 гостей, це місце де можна побачити і почути поп-рок-групи з Фінляндії та з

інших країн світу. «Faces Etnofestival» – це щорічний фестиваль світової та етнічної музики з 1997 року в Південній Фінляндії.

В Німеччині: «M'era Luna» – фестиваль промислової, металевої, готичної і темної музики, який відбувається в Хільдесхайм в другий вікенд в серпні. «Rock am Ring» і «Rock im Park» – два рок-фестивалі, які проходять одночасно, в Нюрнбурзі та Нюрнберзі. «Wacken Open Air» – це фестиваль хеві-музики, який проводиться кожного літа в маленькому селищі Вакен на півночі Німеччини. Це один з найбільших фестивалів хеві-метал в світі, що привертає групи з усіх піджанрів [30].

Нідерланди:

- «Танцювальна долина» – Спарнвальд
- «Танцювальний парад Heineken» – Роттердам
- «Північний морський джаз» – Роттердам
- «Parkpop» – Гаага
- «Рожевий поп» – Landgraaf
- «Сенсація» – Амстердам
- «Uitmarkt» – Амстердам
- «Zwarte Cross» – Achterhoek

Польща:

- «Coke Live» – Краків, серпень
- «Off» – Катовіце, серпень
- «Open'е»г – Гдиня, початок липня
- «Пшістанек Вудсток» – Костжин, початок серпня
- «Unsound» – Краків, жовтень

Португалія – «Музичний фестиваль» в Лісабоні, червень. Головний поп-рок та рок-фестиваль в Португалії. «FMM Sines» в липні, захід проходить в приморському місті Синес в Південній Португалії.

В Іспанії – «Primavera Sound Festival», проводиться в Барселоні кожного травня-червня та «Sonar Festiva», Барселона в червні.

Великобританія: «BoomTown» – це незалежний захоплюючий п'ятиденний фестиваль театральної музики, який щороку проводиться поблизу Вінчестера, Хемпшир, у садибі Маттерлі в Національному парку Саут-Даунз. Вперше він був проведений у 2009 році і проводиться на поточному сайті з 2011 року. Різноманітний склад гуртів, ді-джеїв та спікерів виступає на багатьох різних сценах, кожна частина району має свою унікальну тематику. Кожна щорічна подія відома як Глава і розширює сюжетну лінію попереднього року, розповідається через декорації, живих акторів та багато форм ігор альтернативної реальності. Місце проведення фестивалю розділене на кілька районів, і розповідь відображено в дизайні районів, вулиць та майданчиків, які населені сотнями акторів, щоб грати роль жителів.

Подія зосереджена на наборі загальних вірувань та принципів, в основному на підтримку прогресивних ідей екологізму та соціальної рівності.

Керують фестивалем директори Boomtown Festival UK Limited Company Кріс Резерфорд та Люк Маркус Мітчелл, обидва з Брістоля. Великі масштаби наборів та інфраструктури вимагають шести тижнів будівництва та місяця демонтажу для кожної події.

У липні 2019 року міська рада Вінчестера дозволила організаторам збільшити пропускну спроможність, в результаті чого загальна кількість людей, дозволених на місці, становила 76 999. Ця кількість складається з 58 000 власників квитків, 17 999 членів екіпажу, художників, торговців та гостей, а також 1000 місцевих жителів із денними квитками. Збільшення мало набрати чинності з 2020 року, поки Boomtown 2020 не був скасований через триваючу пандемію COVID-19. Фестиваль запланував перезавантаження своєї сюжетної лінії на фестиваль 2021 року. Однак фестиваль був знову скасований через COVID-19, посиляючись на відсутність страхової підтримки з боку британського уряду на випадок, якщо його потрібно буде скасувати [27].



«Glastonbury». Це п'ятиденний фестиваль сучасного виконавського мистецтва, який проходить у місті Пілтон, Сомерсет, в Англії. Окрім сучасної музики, на фестивалі проводяться танці, комедії, театр, цирк, кабаре та інші види мистецтва. Провідні поп- і рок-артисти виступали в заголовках, поряд з тисячами інших, які виступали на менших сценах та площах виступу. Випущені фільми та альбоми, записані в «Glastonbury», фестиваль широко охоплений телебаченням та газетами. У Гластонбері беруть участь близько 200 000 людей, які потребують великої інфраструктури з точки зору безпеки, транспорту, водопостачання та електропостачання. Більшість співробітників – це волонтери, які допомагають фестивалю зібрати мільйони фунтів стерлінгів для благодійних організацій.

Фестиваль, який розглядають як велику подію в британській культурі, натхненний етосом хіпі, контркультури та вільних фестивальних рухів. У ньому зберігаються пережитки цих традицій, такі як район Зелених полів, що включає ділянки, відомі як Зелене майбутнє та Поле зцілення. Після 1970-х фестиваль проводився майже щороку і збільшувався в розмірах, причому кількість відвідувачів іноді набрякала воротами. Майкл Івіс влаштував перший фестиваль, який тоді називався Фестиваль Пілтона, побачивши концерт під відкритим небом Led Zeppelin під час Фестивалю блюзу та прогресивної музики в Баті 1970 року. Рекорд натовпу фестивалю - 300 000 чоловік, встановлений на фестивалі 1994 року, коли хедлайнери Levellers виконали сет на сцені The Pyramid Stage [20].

Фестиваль "Гластонбері" проводився з перервами з 1970 року до 1981 року. З тих пір він проводився більшість років, за винятком "невдалих років", що проводились переважно з п'ятирічним інтервалом, призначених для того, щоб дати відпочити землі, місцевому населенню та організаторам. 2018 рік був "невдалим", і наступний фестиваль відбувся з 26 по 30 червня 2019 року. З моменту останнього фестивалю у 2019 році у Гластонбері було два послідовних "перелогові роки" через пандемію COVID-19 [27].

««Reading Festival» та «Leeds Festival» — це пара щорічних музичних фестивалів, які проводяться в Англії в Редінгу та Лідсі. Події відбуваються одночасно у п'ятницю, суботу та неділю серпневих вихідних днів в серпні за єдиним рахунком. Фестиваль читання проводиться на фермі Маленького Джона на проспекті Річфілд у центральній частині Редінга, недалеко від Кавершемського мосту. Захід у Лідсі проводиться у парку Бремем, поблизу міста Ветербі, на території історичного будинку. Кемпінги доступні на обох сайтах, а квитки на вихідні включають кемпінг. Також продаються денні квитки.

Фестиваль читання, найстаріший із двох фестивалів, є найстарішим у світі фестивалем популярної музики, який досі існує. Багато найбільших колективів у Великобританії та на міжнародному рівні грали на фестивалі протягом п'яти десятиліть. Протягом багатьох років фестиваль проходив різні музичні етапи, але з моменту прийняття поточного формату на двох сайтах у 1999 році, рок, альтернатива, інді, панк та метал стали основними жанрами, що фігурують у складі. Зовсім недавно хіп-хоп становив все більшу частину складу, включаючи набори заголовків таких виконавців, як Кендрік Ламар та Post Malone.

Управління фестивалями проводить Festival Republic, яку було викуплено компанією Mean Fiddler Music Group. З 1998 по 2007 роки фестивалі були відомі як "Carling Weekend: Reading" і "Carling Weekend: Leeds" для рекламних цілей. У листопаді 2007 року спонсорований титул був скасований через дев'ять років, і фестиваль читання повернув свою первісну назву. У 2011 році потужність сайту Reading становила 87 000, а сайту Лідс - 75 000, що на кілька тисяч збільшилось у попередні роки [20].

В Україні найбільший музичний фестиваль – «Atlas Weekend». Atlas Weekend - це найбільший музичний фестиваль в Україні, який проводиться в Експоцентрі в Києві.

Протягом п'яти днів у столиці країни очікуємо широкого складу, що охоплює інді, рок, поп та електронні жанри. Освіжаюче, п'ятиденний захід на

восьми етапах забезпечує широкий демографічний показник і активно заохочує участь молодих та старих відвідувачів фестивалю, пропонуючи театр, мистецтво, спорт, а також розважальний центр та ринок поряд із спеціальною дитячою зоною що підкреслює інклюзивну сімейну атмосферу. один з наймасовіших і найвідоміших вітчизняних фестів, завдяки тому що привозить крутих артистів. Серед світових зірок фестиваль відвідували: John Newman, Kasabian, The Twenty One Pilots, A\$AP Rocky, Placebo, The Prodigy. На фестивалі є фуд-корт та кемпінгова зона для відвідувачів, також перший день безкоштовний для відвідувач і в цей день на сцені виступають українські зірки [7].

«Західфест» – музичний фестиваль вРодатичах, Львівської області, тематика фестивалю ґрунтується навколо року та етно музики. Організатори спрямовуються на розкриття української культури в мальовничому місці. Переважна кількість відвідувачів проживає в наметовому містечку.

«Особливої популярності в Україні набувають і музичні фестивалі: як сучасної музики, так і класичної. Так, серед фестивалів сучасної музики найпопулярнішими в Україні є фестивалі сучасної музики різних жанрів, окрім« Atlas Weekend», є «Upark» рок-фестивалі «Тарас Бульба» та «Бандерштат» та фестивалі електронної музики, серед яких – «Білі ночі»» [7].

«Всеукраїнськими фестивалями класичної музики можна назвати фестиваль «Odessa Classics» та «LvivMozArt», джазові фестивалі «Leopilis Jazz Fest» та «Koktebel Jazz Festival»» [7].

Отже, музичні фестивалі поширені по всьому світу, різняться за стилями, форматом проведення та загальною концепцією. Однак, музичні фестивалі десятиліттями приваблюють велику кількість туристів, які порожують між містами та країнами щоб відвідати це свято музики.

## **1.2 Вплив музики на формування тематичних турів та екскурсій**

«Музичні тури по-праву можна вважати одним з найстаріших видів туризму. Ще в далекому 18 столітті любителі музики з усіх куточків Європи

збиралися у Відні або Гамбурзі, щоб послухати твори Моцарта або Генделя. В ті часи, коли звукозапис був відсутній, тільки поїздки були єдиною можливістю почути музику, не чекаючи того часу, коли імениті музиканти приїдуть в їх рідне місто зі своїм концертом.

В наші дні музику можна почути майже всюди, а в музичних магазинах можна без проблем придбати музичний альбом будь-якого виконавця. У зв'язку з такою обставиною, здавалося б, що музичний туризм як явище мав би зникнути. Але цього чомусь не відбувається. Якраз, навпаки, з появою нових видів транспорту, які дають можливість швидко і легко дістатися в будь-який куточок світу, число музичних туристів тільки зросло» [32].

«Особливу нішу в середовищі музичних туристів займають любителі етнічної музики. У більшості випадків вони люблять їхати не на гучні багатолюдні збори, вони вважають за краще найбільше такі камерні виступи як концерти шотландських волинщиків або марокканських суфійських музикантів, музика яких викликає незрозумілі і часом глибокі почуття, які може викликати тільки така музика. У більшості випадків, такі туристи відправляються у віддалені місця екзотичних країн, де можна почути первісні народні мелодії та наспіви в автентичній обстановці разом з людьми, які вже протягом багатьох поколінь несуть з собою цю музику» [38].

Останні приклади взаємозв'язку музики та туризму: це центри світової класичної музики, Das Haus der Musik - das Klangmuseum у Відні, Auditorium Parco della Musica у Римі або в провінції Пістоія фестиваль звуку та кольорів Sentieri acustici, фестиваль Estate Regina та фестиваль Pistoia Блюз.

Однак розрізнення між музичними продуктами для: туристів, мотивованих культурою (бажають відвідувати елітні культурні події і люблять, щоб до них ставились як до спеціальних гостей), туристів, натхненних культурою (вони звертаються до відомих місць, визначних пам'яток та подій, є чутливими до цін, та шукають співвідношення ціни та якості) і туристів, яких залучає культура (вони не планують відвідувати

культурні визначні пам'ятки, але відвідають їх, якщо їм запропонують під час перебування в цьому районі).

Основний туристичний музичний продукт призначений для всіх типів культурних туристів, тоді як турист, натхненний і мотивований культурою, буде шукати розширений базовий продукт, такий як музична подія. Спеціальні музичні та туристичні продукти, як правило, будуть використовувати туристи, натхненні та мотивовані музичним мистецтвом.

Цей факт, мабуть, є одним із ключових припущень та особливостей моделі управління культурним туризмом стосовно системи управління домінуючим «базовим продуктом» у масовому туризмі. Культурний продукт, включаючи музику, є, мабуть, одним із найбільш вразливих, найбільш тендітних елементів інтегрованих продуктів туристичного напрямку. Це пов'язано з небезпекою та частими явищами забуття спадщини, вульгаризацією та комерціалізацією культурних цінностей, особливо музики, та відсутністю визнання корінних культурних ресурсів, включаючи їх валоризацію в туризмі.

Розглядаються основні музичні продукти: маршрути, натхненні музикою; меморіальні кімнати, будинки, музичні музеї; народні фестивалі та концерти. Розширеними музичними продуктами є: курс традиційного співу та відтворення музики, фестивалі традиційної музики та танцю, музичні зустрічі, музичні майстерні та музика в привабливих населених пунктах або районах, тоді як спеціальними музичними продуктами є: концерти виконавців світового класу, симфонічного концерту, симпозіуми з музики та виставки на музичну тематику.

Найважливішим фактором, який рухає індустрію музичного туризму, є збільшення кількості національних та міжнародних заходів, концертів, карнавалів, музичних концертів та фестивалів, що відбуваються у всьому світі. Іншим визначним фактором є виступ міжнародних та національних співаків на таких музичних заходах. Крім того, такі фактори, як зростання доходу на душу населення та покращення рівня життя, вплинули на ріст

музичного туризму у всьому світі. Крім того, туристична індустрія спостерігає колосальний ріст у всьому світі, а також залишає позитивний вплив на мандрівників. Молоде покоління є ідеальною аудиторією для музичних фестивалів, а ЗМІ також відіграють важливу роль у стимулюванні індустрії музичного туризму. Багато інших факторів, таких як знижки від авіакомпаній та багато вигідних пропозицій з інших джерел, таких як безкоштовні квитки або купони, щасливі виграші від пов'язаних магазинів, брендів чи угод, також сприяють розвитку індустрії музичного туризму в усьому світі.

Індустрія музичного туризму пропонує хороші можливості для гравців туристичної сфери та готельного господарства, а також для багатьох інших постачальників, пов'язаних прямо чи опосередковано з музичними концертами чи світовою туристичною індустрією, таких як туристичні путівники, ресторани та ряд інших послуг. Велика кількість вітчизняних та міжнародних компаній, що працюють у секторі автомобільних, повітряних та морських шляхів, пропонують своїм клієнтам різноманітні послуги. Інші можливості, що з'являються для стимулювання зростання індустрії музичного туризму, включають асоціацію між міжнародними та національними співаками та клубами, готелями та ресторанами. Музика розвивається в усьому світі, як і співаки та музичні керівники, знаменитості та музиканти здатні привернути аудиторію до місця призначення, де проводиться музичний захід чи музичний фестиваль.

Деякі з ключових тенденцій, що спостерігаються в галузі музичного туризму: це любителі музики, які подорожують по всьому світу для відвідування музичних концертів та музичних фестивалів. Сьогодні ера гуртів, багато груп можна побачити, виступаючи в різних місцях та створюючи багатьох послідовників у всьому світі.

Музичний туризм у ширшому плані може бути визначений як подорож, що здійснюється в різні місця з метою відвідування місцевих музичних фестивалів чи будь-яких інших музичних вистав.

Особливий інтерес викликають поїздки в місця зародження того чи іншого напрямку в музиці. Сюди можна віднести прогулянки по Abble Road в Лондоні, з обов'язковим відвідуванням однойменної студії, де здійснював свої записи легендарний гурт The Beatles, а також поїздка в Нешвілл (США) – столицю музики кантрі.

Зовсім недалеко від Нешвілла, в тому ж штаті Тенессі, знаходиться місто Мемфіс, який по-праву славиться своєю музичною історією. Саме в цьому місті народився Елвіс Преслі – знаменита зірка рок-н-ролу. У цьому місті знаходиться музей його імені, який щорічно відвідує велика кількість шанувальників його таланту.

Існує також напрямок екстремального музичного туризму. В цьому випадку фанати йдуть за своїм кумиром за маршрутом всіх його гастрольних поїздок, щоб ще раз почути наживо виконання музичних творів.

Незважаючи на зростання цифрових потокових платформ, жива музика все ще залишається популярною галуззю. За прогнозами: «до 2022 року очікується зростання доходу від трансляції до 23 мільярдів доларів, до того ж року прогнозується, що індустрія живої музики досягне 31 мільярда доларів у світовому масштабі» [13].

Світовий дохід від живої музики продовжує зростати (причому значна частина цього зростання пов'язана зі світовим вибухом фестивалів EDM, особливо та китайському та індійському ринку. Тим не менше, децентралізована та мережева система туристичної індустрії залишається складним ландшафтом для навігації: артисти часто працюють з десятками місцевих промоутерів, агентів бронювання та майданчиків під час одного туру.

Організація музичних турів артистів, зі стори виконавців ставить за мету створити шоу для глядачів.

Виконавці та їх менеджери є найважливішими елементами ролі бізнес-менеджера вживу – будувати та координувати команду артиста з усіх боків музичної індустрії, і це, звичайно, включає концертний бізнес. Зазвичай

керівництво виконавця бере участь у початковому плануванні маршруту, допомагає артисту вибрати тур-команду та служить мостом між живою розвагою та іншими сторонами кар'єри виконавця.

Роботу самого агента з бронювання дуже легко визначити: агент представляє виконавця у всій індустрії. Їх мета – замовити тур і продати шоу місцевим покупцям талантів, знайти місце проведення та домовитись про ціну.

Промоутери – це сторона бізнесу, який фінансує тур і купує шоу. Пейзаж промоції концертів складний, а самі промоутери бувають різних форм і розмірів, вони являють собою посередника, який поєднує концертний простір та артиста, щоб організувати шоу. Організатори турів виїжджають із боку артистів, підписуючи музикантів на серію концертів, оплачуючи репетиції, аудіовізуальну продукцію, покриваючи витрати на відрядження тощо. Після того, як шоу буде готове, промоутери туру, тісно співпрацюючи з агентом бронювання виконавця, або самі орендують місця, або передають)шоу місцевим промоутерам.

Місцеві промоутери, в свою чергу, вирушають із концертного простору. Пов'язані або, принаймні, пов'язані з місцевими майданчиками та просторами вистав, вони купують концерти у агентів та промоутерів турів для продажу квитків. Арт-директор невеликого клубу, місцева група організаторів партій, команда найбільшого американського фестивалю – усі ці організатори подій різного масштабу потраплять до цієї категорії.

У цьому контексті стає зрозумілою роль агента. Якщо промоутери є посередниками на стороні артиста чи концертного простору, агент є посередником між іншими суб'єктами, який створює мережу промоутерів (на обох фронтах) та виконавців, слугуючи зв'язком між усіма сторонами.

Однак деякі найбільші сьгоднішні тури можна організувати без участі агента. Одним з основних зрушень у прямому бізнесі є консолідація турне та місцевих промоутерів під конгломератами розваг, з найбільш яскравими прикладами Live Nation та AEG.



По суті, ці компанії розширили свою діяльність до такої міри, що вони можуть будувати зв'язок з обох сторін, узагальнюючи всі процеси. Вони обидва проводять концертні тури і мають величезну мережу клубів та арен, забезпечуючи місця для туру. Live Nation, AEG та інші можуть тепер створювати централізовані міжнародні тури, пропонуючи вигідні умови співпраці.

Однак гастролі під такою ексклюзивною акцією залишаються зарезервованими для артистів вищого ешелону – тому більшість вистав там все ще складаються у співпраці між промоутерами турів, агентами бронювання та місцевими партнерами.

Отже, у своїх подорожах по країнах світу, меломани керуються різними мотивами. Одні їдуть, щоб поспілкуватися з однодумцями і друзями, а інші вважають, що живе виконання не може замінити жодна якісний запис. Але важливо відзначити ту обставину, що у всіх них одна мета – музика.

### **Висновки до РОЗДІЛУ 1**

Музичне мистецтво тісно пов'язане з життям та культурою людства, через це воно завжди знаходить відклик у прихильників. Завдяки цьому зв'язку музика стала однією з рушійних сил подорожей людей як по території країни, так і закордон. Розмежування музичного туризму від подієвого або тематичного досить часто умовне, бо відвідування музичних destinations поєднується з іншою активністю.

Однак, музичні фестивалі сформували окремий пласт туристичного продукту. Вони орієнтуються на живе виконання пісень та гри на музичних інструменті, які часто представляють такі музичні жанри, як рок, танцювальна музика, блюз, фолк, джаз та класична музика.

Зазвичай вони проводяться на відкритому повітрі, з наметами або тимчасовими критими сценами для виконавців. Часто на музичних фестивалях проводяться інші заходи, такі як торгівля їжею і товарами, танці, ремесла, виконавське мистецтво, а також соціальні або культурні заходи.

Багато фестивалі проводяться щорічно або повторюються через якийсь інший інтервал. Деякі, в тому числі багато рок-фестивалі, проводяться тільки один раз. Музичні фестивалі проводяться в усіх точках світу, найвідоміші: «Tomorrowland», «Coachella». «Гластонбері», «Donauinselfest». «Sziget». «Rock in Rio», «Fuji Rock Festival».

Значний розвиток самостійного музичного туризму дали тури присвячені діяльності відомих колективів, виконавців та присвячених історії формування музичних жанрів. Один з найвідоміших – тур присвячений The Beatles, та тури до Нового Орлеану для прихильників джазу.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІЄВОГО МУЗИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

#### 2.1 Аналіз ринку музичних турів у світі та Україні

Ринок тематичних турів пов'язаних з відомими виконавцями та групами. Тури направлені на відвідування музичних фестивалів поступово розвивались на українському ринку впродовж останніх десяти років. Завдяки цьому встигли сформуватися спеціалізовані туристичні оператори, діяльність яких направлена виключно в цей напрям.

«Українські туроператори працюють відповідно до «Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР»» [30].

Туристичний проєкт «MUSIC GURU» – існує з 2012 року, клієнтами компанія стали сотні туристів, які «відвідали європейські фестивалі та концерти: «Metallica, AC/DC, Black Sabbath, 30STM, Placebo, Iron Maiden, Slipknot, Rammstein, Manovar, Linkin Park, Guns N'Roses, System Of A Down, Coldplay» [7].

Фестивалі охоплені діяльністю проєкту: Rock im Park, Nova Rock, Graspop Metal Meeting, Brutal Assault. Компанія пропонує туристам наступні послуги:

- організації поїздок на музичні фестивалі
- персональні тури пов'язані з відвідуванням головних музичних подій в Європі
- послуги бронювання
- можливість підбору транспорту для переміщення в залежності від потреб туриста
- реалізація квитків та запрошень на музичні події в Європі
- підбір готелів та допомога в оформленні необхідних туристичних документів

- надання гідів або людини, яка буде приймати туриста в місті проведення заходу та допомагати з переміщеннями.

На внутрішньому ринку України пропозиція музичних турів представлена поїздками до Львова від проекту «GoUkraine» компанії «КРУЇЗ ПЛЕНЕТ» та туроператора «Навігатор Україна», програма яких включає відвідування Оперного театру та зустрічі з місцевими джазовими виконавцями. Ще один варіант відпочинку – «Lviv Jazz Fest», який щорічно привертає увагу туристів з різних куточків України [13].

Ще одна туристична компанія, яка створює музичні тури та формує подорожі на музичні фестивалі: «АФША UA». Компанія характеризує свою діяльність, як «туристичний івент-провайдер України»

Основна діяльність пов'язана з організацією турів на кращі EDM фестивалі України, Європи та світу. «Перший наш тур був організований в далекому 2007 році на перший в Україні за масштабом open-air фестиваль Global Gathering Ukraine, який пройшов на аеродромі Чайка під Києвом»

«За багато років нашої діяльності ми зуміли організувати тури на такі фестивалі як TOMORROWLAND, Ultra Music Festival і Ultra Europe, Armin Only, A State of Trance, Tiesto in concert, ATB in concert, Amsterdam Music festival ADE, Godskitchen і багато інших» [24].

Компанія організовує тури під ключ як групові так й індивідуальні. «Тури ґрунтуються навколо комфортних умов перебування та трансферу по маршруту, організація і супровід туристів на всіх етапах турів. Також наявні послуги замовлення в оренду мікроавтобусу для відвідування будь-яких заходів і концертів за індивідуальним маршрутом для компаній від 7-9 чоловік на особистому комфортабельному мікроавтобусі компанії»

В Україні рохвивається етнофестивальний туризм, який можна відносити до музичного туризму, бо досить часто програма фестивалю ґрунтується навколо музичних виконавців.

На території України розвинена система фестивалів народного мистецтва, які приваблюють іноземних туристів: ««Поліське літо з

фольклором», «Калинове літо на Дніпрі», «Етновир», міжнародний фольклорний молодіжний фестиваль традиційної культури «Древлянські джерела», «З чистих джерел» (м. Турка), «Бойківська ватра» (м. Долина), «Бойківська Дрогобиччина» (с. Нагуєвичі), «Карпатія» (м. Львів і м. Трускавець), «Я люблю Карпати» (сmt. Славське), «Дзвони Лемківщини» (м. Монастирок), «Підкамінь» (с. Підкамінь), «Львів – столиця ремесел» (м. Львів), «Карпатський вернісаж» (м. Івано-Франківськ)» [14].

В світі ринок музичного туризму розвинений набагато більше американська компанія – Music Travel Consultants, є туроператором, яка організовує індивідуальні поїздки для клієнтів з 1987 року на чолі з досвідченими музичними керівниками та музикантами, Компанія створює екскурсійні тури для студентських музичних груп допомагаючи їм відвідати місця пов'язані з розвитком музичних стилів та окремих музичних особистостей та колективів. Компанія Music Travel, що базується в Індіанapolisі, сформувавши тури у понад 68 країнах світу [35].

Низка пропозицій тематичних турів стосується – The Beatles Story. «Туристам пропонується відвідати місця пов'язані зі становленням групи, текстами пісень. Екскурсія починається від коледжу та школи, де навчалися учасники групи, потім минаючи офіс, де реєстрував свій перший шлюб Леннон, туристи відвідують місця пов'язані з виступами групи в Кавері клубі, в якому співали Бітлз, також туристам показують сувенірні магазинчиків, де можна знайти пластинки, випущені в період піку популярності групи. Також в місті існує магазин вінілових пластинок, випущених за ліцензією з оригінального зразка. У незвичайному кінотеатрі в музейній зоні туристам транслюється короткий фільм, пов'язаний з групою. А головним місцем для екскурсії є музей – The Beatles Story» [34].

В світі музичні тури також формуються навколо музеїв музика. Наприклад у Музично-інструментальному музеї Феніксу, що в штаті Арізона відвідувачам пропонують переглянути, почути та відчувати вібрацію інструментів, на яких грають музичні ікони, такі як Джон Леннон, Елвіс

Преслі, The Black Eyed Peas, Ерік Клептон та Джордж Бенсон. У п'яти географічних галереях студенти можуть грати на інструментах з усього світу, таких як гонг або бірманська арфа. Також тут є театр на 300 місць, де проводяться концерти різних артистів. До складу музею також входять магазин, кав'ярня та кафе. МІМ пропонує екскурсії для груп від 10 осіб [37].

Національний музичний музей Вермільйон, Південна Дакота, розташований в університетському містечку університету, експозиції музею розповідають про розвиток музики за допомогою понад 15 000 інструментів, що охоплюють п'ять століть. Галереї демонструють американські музичні традиції та незвичайні інструменти [34].

Музичний музей у Нешвілі, штат Теннессі розповідає про витоки та спадщину музики кантрі та південної музичної культури в цілому. Серед експонатів представлена гітара Елвіса Преслі, альбоми відомих виконавців на Gold Record Wall [33].

Відвідувачам пропонується переглянути короткометражний фільм про кантрі-музику або скористатися комп'ютером для взаємодії з такими відомими авторами пісень, як Харіан Говард та Доллі Партон. Studio B та її програма "Sharing the Art of Songwriting" ще одна визначна пам'ятка музею, яка пропонує відвідувачам створити власну музикальну композицію [33].

Музей Американського джазу в Канзас-Сіті, штат Міссурі демонструє експонати пов'язані з діяльністю таких джазових музикантів, як Луї Армстронг, Дюк Еллінгтон, Елла Фіцджеральд, Чарлі Паркер та інші Тут зберігаються архіви їх прослуховувань, фотографії, відео та пам'ятні речі. Окрім цього тут проводяться джазові вистави, відвідувачі можуть посидіти на щотижневому джемі Blue Monday Jam або насолодитися джем-сеансом у Канзас-Сіті. Біг-бенди зазвичай виступають в останній понеділок кожного місяця. Музей надає численні можливості для спілкування студентів та молодих музикантів з джазовими майстрами та місцевими джазовими талантами [37].

Джазовий зал слави Бірмінгема, що в Алабамі вшановує джазових артистів, пов'язаних із штатом Алабама. Експонати демонструють досягнення Ната Кінга Коула, Дюка Еллінгтона, Лайонела Хемптона та Ерскіна Хокінса. Джазовий зал також спонсорує джазові виступи по місту і стимулює займатися джазом місцеву молодь [35].

Музичний туристичний продукт неможливий без представників класичної музики, в Європі проводиться низка унікальних екскурсій серед яких: «Слідами Моцарта» спеціалізується на висвітленні багатой історії та звуків таких міст, як Зальцбург, Відень, Прага та інші. Екскурсії веде доктор Девід Нельсон, 30-річний професор теорії музики, автор книги «Відень для любителя музики» – докладної книги з виданнями англійською, німецькою та китайською мовами. У нього дуже чіткі ідеї щодо концепції музичного туризму, і це не термін, яким він захоплюється.

«Я роблю набагато детальніший досвід для любителів музики, щоб вони справді могли краще зрозуміти, як це було насправді за часів Моцарта, Бетховена чи Гайдна і де вони жили і працювали», – сказав Нельсон. «Завдяки проведеному моєму дослідженню я підготував поїздки для людей, які хочуть дізнатись більше, або які, можливо, вже знають надзвичайно багато і щоб все це ожило. Звичайно, вистави є ключовою його частиною, але вони відповідають історії, а не «туристичним» шоу» [34].

Як приклад цього він згадує розповідь про історію того дня, коли Бетховен нарешті зрозумів, що його глухота незворотна, прогулюючи групу площею біля місця проживання композитора. Нельсон проводить два тури: прогулянку любителів музики на три міста, а також поїздку на Міжнародний фестиваль Баха у Лейпцигу.

Латинські поліритми Куби є одними з найбільш експортованих звуків на планеті, завдяки кубинським музикантам та танцям типу ча-ча-ча, які якісно вирізняють країну в цьому сегменті.

І хоча карибська острівна держава одна з найбільш відвідуваних місць в цьому регіону, заглибитися в музичну творчість Куби може бути важко

через значну кількість туристів та специфічність теми. Для вирішення цієї проблеми музичний фахівець Putamayo Records Якоб Едгар створив спеціалізований шестиденний тур, який запланований як музична та культурна пригода в Гавані.

Лейбл Putamayo допоміг розпочати кар'єру багатьох кубинських митців та показати її за межами своєї країни, це допомогло створити широку та доступну мережу майданчиків та студій, значну кількість вуличних музикантів, які не потрапляли б у звичайний тур, але тепер підтримують атмосферу творчості в різних куточках Куби.

«Я завжди досліджував світ через музичну лінзу, а також лейбл, використовуючи його як спосіб вдосконалення, переживання та зосередження на культурі», – сказав Едгар. «Ми організували тур після того, як до нас звернувся InsightCUBA, і ми скористались можливістю організувати поїздку туди та отримати доступ не лише до музики, але і до їжі, танців та артистів» [34].

«Найскладнішою задачею було створити культурний продукт, який створював інтимну атмосферу для туриста та творчості з якою він стикається, на відміну від звичайних продуктів, які спрямовані на витягування якомога більшої кількості коштів з туристів» [35].

Отже, музичний туризм набув зовго розповсюдження у світі в кількох напрямках головні з яких: тематичні тури пов'язані з музичними виконавцями, центри розвитку стилів та історію музики, музичні фестивалі.

## **2.2 Особливості та тенденції розвитку музичного туризму**

У розвитку туризму важливе значення несуть всі елементи, які створюють індивідуальність місця, досить часто автентичність та самостійність потенційної дестинації може розкривати традиційна музика. Загалом, музика робить важливий емоційний внесок у сприйняття туристами нової для них культури.



Шарп серед перших визначив традиційну музику як продукт, який виражає почуття та уподобання спільноти, постійно розвивається, існуючи в багатьох формах [42].

Традиційна музика почала набувати все більшого значення на міжнародному рівні із заснуванням Міжнародної ради з традиційної музики в 1947 році. У витоках організації знаходяться фактори, що визначають традиційну музику як безперервний зв'язок між минулим і сучасністю, як рушій творчого інстинкту окремих людей чи груп та спільнот, що визначає тип та форму традиційної музики.

Різні автори визначають традиційну музику як мистецтво типово невеликих груп людей, пов'язаних схожими музичними інтересами, комунікація та базується на усній музичній творчості без посередників.

На думку Крайновіча та Гортан-Карліна музична традиція є однією з найважливіших нематеріальних властивостей універсальної спадщини людства. Гібсон та Гоман досліджували валоризацію музики та вплив музики на поживлення місцевості як орієнтири для розвитку туризму в дестинації [43].

Їх дослідження дійшло висновку, що музика є важливим фактором відродження туристичного напрямку. Традиційна музика впливає на розвиток туристичних напрямків при позиціонуванні місця призначення, розширенні його пропозицій [43].

У туризмі традиційна музика дедалі частіше презентується завдяки традиційним заходам. Деякі з найбільш помітних прикладів використання традиційної музики в туризмі можна знайти в Ірландії, яка створила потужний туристичний бренд, заснований на традиційній ірландській музиці, в Австрії з традиційною альпійською музикою, а в Канаді з кельтською традиційною музикою на острові Кейп-Бретон [42].

Традиційна музика є частиною ідентичності місцевих жителів, але для туристів вона представляє новий досвід та можливість дізнатись про традиційні цінності місця, яке вони відвідують. Сільська місцевість

найчастіше розкриває себе власними специфічними культурними традиціями і досить часто власною музикою. З точки зору туризму, традиційна музика часто використовується в маркетингу сільських районів і, як правило, відноситься до музики, що виконується на акустичних інструментах, таких як гітари, акордеони, скрипки, а також до спілкування з народними ідіомами.

Перспективним для розвитку музичного туризму серед фольклору є впровадження концепції побудови бренд-менеджменту сільської місцевості, який включає залучення нових суб'єктів туристичної сфери, перевізників, ресторанного та готельного господарства з митцями, творчими колективами, місцевою владою та приватними підприємцями спрямованих на побудову сільської ідентичності. Далі слідує запровадження культурного туризму як посередника у запровадженні музики в ролі центрального елементу процесу побудови ідентичності дестинації.

У загальній пропозиції традиційна музика, як елемент просторового різноманіття з конкретною пропозицією, може бути включена в інтегрований туристичний продукт, який сприяє формуванню іміджу та просуванню місця призначення. Традиційна музика, являє собою потенційний сегмент культурного туризму, стає привабливою, коли вона характерна для місця чи регіону, який відвідує турист, або коли музика стає рисою ексклюзивності конкретного регіону. Традиційна музика допомагає створити та розповсюдити образ місця призначення, тим самим одночасно заохочуючи подорожі та полегшуючи ознайомлення туристів з місцем призначення.

Залучення нових технологій при ознайомленні туристів з творчістю, через презентації, та цифрові процеси відкриває низку можливостей для зміцнення інтересу до традиційної музики в певному місці при створенні об'єкта туризму. На додаток до візуального досвіду, туристичний досвід все частіше базується на досвіді з використанням сенсорних факторів (зорових, слухових, нюхових, смакових та тактильних; наприклад, запах їжі) та афективних факторів (які базуються на досвіді спілкування з місцевим населенням).

В загальному плані досвід від відвідування формується з багатовимірних вражень від різних об'єктів взаємодії, під час отримання туристичних послуг, а визначення ключового компоненту, який формує загальне враження не є можливим.

Культурна політика повинна включати не лише діяльність, спрямовану на збереження культурної спадщини (включаючи збереження традиційної музики), але й діяльність із прийняття заходів, що стосуються освіти та економічного розвитку регіону та туризму. Культурна політика керує ініціативами розвитку туризму.

Вплив туризму на традиційну музику може бути як позитивним, так і негативним, а роль музики різниться в різних контекстах туризму. Визначення моделі управління є передумовою валоризації традиційної музики.

Управління аудіо та, в свою чергу, включення традиційної музики в туристичну пропозицію повинно базуватися на концепції потрійного підходу, посиляючись на три стовпи сталого та відповідального розвитку: стійкість, соціальну відповідальність та прибуток.

Стратегічне мислення валоризації традиційної музики має зосереджуватись на визначенні майбутнього загального туризму для досягнення бачення місця призначення, і воно повинно бути адаптоване не лише до бажаного цільового сегменту, а й до мешканців. Без активного включення валоризації традиційної музики в інноваційну концепцію розвитку на всіх рівнях не може бути систематичного впровадження музики, ані значних якісних зрушень

Управління аудіо повинно будуватися на культурі знань та навчання (генерація та передача знань), а також на систематичному та постійному залученні та інтеграції зацікавлених сторін. Це надає можливості для зв'язку з іншими формами пропозиції та співпраці лідерів туристичних напрямків з експертами в галузі музики, поєднуючи реалізацію всіх функцій управління.

Концепція розвитку, яка підтверджує включення традиційної музики у пропозицію та просування місця призначення, має бути результатом консенсусу між усіма зацікавленими сторонами на всіх рівнях на основі аргументів та пріоритетів. Суть інтеграції полягає в тому, що, досягаючи спільних цілей, зацікавлені сторони зможуть досягти своїх індивідуальних цілей шляхом постійних інновацій продукту туризму на основі музики як компонента індивідуальності дестинації.

Отже, інтерес до традиційері музики, як однієї з форм культури народу або регіону постійно зростає, за умови іноваційного підходу до створення туристичного продукту та вмілого управління можна побудувати успішну туристичну дестинацію.

## **Висновки до РОЗДІЛУ 2**

Музичний туризм розкривається з кількох сторін, на українському туру існує вузький сегмент компаній, які реалізують тури для відпочинку на музичних фестивалях світу та України. Тури пов'язані з діяльністю митців або особливостями конкретного стилю представлені низкою компаній, про те виключно у Львів в поєднанні з джазом та в Ліверпуль для фанатів The Beatles.

Світова практика музичного туризму розкрилася ширше, окрім пропозицій тематичних музичних екскурсій, численних музичних фестивалів, існують авторські тури направлені на розкриття унікальності міста, регіону. Модернізовані музичні музеї в США пропонують повноцінний туристичний продукт, бо окрім можливості взаємодіяти з експонатами та отримання знань щодо тонкощів музичного жанру, для відвідувачів можуть проводитися майстер-класи, джеми, заходи з програмою на кілька днів, та можливості для занурення у жанр музики разом з командою професіоналів.

Традиційна музика – це нескінченне джерело, яке можна використати для розвитку подій та досвіду туризму, зокрема туризму спадщини.

Попередні теоретичні дослідження та аналіз конкретних практичних прикладів валоризації традиційної музики при розробці напрямків підтверджують потенціал традиційної музики в туристичній галузі та підкреслюють необхідність впровадження моделі управління музикою. Спілкування традиційної музики за допомогою різноманітних форм, доступних сьогодні, таких як новаторська музична пропозиція, сучасні способи презентації та цифрові процеси, відкриває численні можливості для валоризації традиційної музики в побудові туристичної ідентичності. Традиційна музика розглядається як додатковий елемент пропозиції, що присутня на різних фольклорних фестивалях та заходах, орієнтованих на вузький цільовий сегмент та на жителів.

Чимало центрів фольклору можуть перетворитися на відмінні музичні напрямки, активно включаючи традиційну музику у свої туристичні пропозиції та промоцію, щоб підкреслити їхні специфічні та унікальні особливості, а також валоризуючи традиційні активи для вирішення проблем модернізації та оцифрування. Елементи розвитку традиційної музики як інтегрованого туристичного продукту базуються на автентичності даного населеного пункту, орієнтованій на туризм із особливим інтересом та на більш ефективне використання традиційної музики в брендингу напрямів. Ключем до розвитку є постійне вдосконалення моделі управління розвитком, заснованої на синергії між усіма постачальниками послуг, мешканцями та туристами у створенні нової цінності

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО МУЗИЧНОГО ТУРИЗМУ

#### **3.1 Проєкт музичного туру «Мелодії Заходу України» для внутрішнього туризму в Україні**

Тур «Мелодії Західної України» унікальний для українського ринку продукт через те, що він є музичним туром. Саме такий вид турів слабо представлений в пропозиціях туристичних операторів. Більше того немає жодного фольклорного туру. Туристичний продукт представляє культуру та історію західних регіонів України, завдяки народним пісням, інструментам та елементам усної розповіді місцевих.

В цьому і полягає його актуальність, бо, окрім того, що продукт є абсолютно новим для туристичного ринку, він може використовуватися, як частина культурного розвитку регіону, знайомства туристів з історією, просвітництва та бути елементом патріотичного виховання молоді.

Цільова аудиторія туру охоплює великий спектр споживачів від школярів віком від 12 до дорослих до 70 років. За рахунок того, що туристичні групи формуються в залежності від віку, екскурсоводи зможуть підлаштовуватися під потреби туристів.

Програма туру сформована таким чином, щоб надати можливість туристам познайомитися та пізнати музичну культуру Заходу України на прикладі Закарпаття. Місце розміщення в центрі природи Карпатських гір, прогулянки по лісу разом згідно в рамках екскурсії для вивчення музики природи, яка впливала на формування народного співу та музики цього регіону. Відвідування музеїв та зустрічі з місцевими музикантами та виконавцями показують для туристів фольклор на його автентичному етапі формування. Перебуваючи в такій атмосфері протягом всього туру подорожуючі, неодмінно, зможуть закохатися в культуру Закарпаття та

продовжуть своє вивчення цієї музики після завершення відпочинку та повернення до звичного життя.

#### Технологічна карта

Маршрут туру: Київ – Верховина – Криворівня – Верховина – Косів – Яворів – Верховина – Київ.

Вид маршруту – кільцевий.

Протяжність маршруту (км) – 1310 км.

Тривалість подорожі (діб) – 7 днів/ 6 ночі.

Кількість туристичних груп – 2 груп в місяць.

Кількість туристів у одній групі – 17 людей.

Всього туристів на маршруті – 34 туристів в місяць, за сезон 102

Таблиця 3.1

#### Графік туристичної подорожі за маршрутом

Місяць	К-ість туристів в місяць	Графік заїздів туристичних груп за місяцями	К-сть груп в місяць
Червень	34	01-10 червня, 16-25 червня	2
Липень	34	02-10 липня, 16-25 липня	2
Серпень	34	02-20 серпня, 16-25 серпня	2

#### Програма туру

Таблиця 3.2

День	Заходи
День 1	Виїзд з Києва. Трансфер та поселення в готелі Верховини. Оглядова прогулянка та вільний час. Загальна вечеря.

День 2	Сніданок. Експурсія в Криворівню. Відвідування етнографічного гражда-музею старожитностей Гуцульщини” в с.Криворівня. Церкви Пресвятої Богородиці 1719р. Зустріч з місцевими народними виконавцями та повернення в готель.
День 3	Сніданок. Авторська експурсії «Мелодія Карпат» на полонину Кринта. Повернення в готель.
День 4	Сніданок. Експурсія до хати Трембітаря Миколи Ілюка. Ввечері зустріч з місцевим аматорським колективом.
День 5	Сніданок. Сувенірний ринок Косіва. Зустріч з місцевими виконавцями. Вільний час.
День 6	Сніданок. Вільний час. Виїзд в Яворів, відвідування хати «Діда Іванчика».
День 7	Сніданок. Вільний час. Та виїзд до Києва.

Калькуляція нового турпродукту  
Розрахунок вартості рентабельності туру

Таблиця 3.3

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Вичислення
1.	Проживання за 1 добу в готелі «Сонячні Карпати», Верховина	480	
2.	Кількість днів/ночей, 6 днів/ 6 ночі	2880	$480 \times 6 = 2880$



3.	Перевезення по маршруту	1387	$23580/17=1387$
4.	Екскурсії	600	
5.	Вартість страховки	50	
6.	Витрати на гίδα або керівника групи	175	$(480+1387+600+50)/17=175$
7.	Послуги аматорських колективів	295	$5000/17=295$
8.	Собівартість туру	5387	
9.	Послуги фірми	2000	
10.	ПДВ з послуг фірми	360	
11.	Послуги фірми з ПДВ	2360	
12.	Ціна туру	7747	

Загальна калькуляція продукту показала наступні дані: собівартість туру «Мелодія Заходу України» за 7 днів/6 ночей складає 5387 грн, з них послуги фірми 2000 грн, які разом податком на додану вартість (18%) дорівнюють 2360 грн. Загальна вартість туру складає 7747 грн.

Розміщення готей відбуватиметься в готелі «Сонячні Карпати», які знаходяться в селищі Верховина. Серед особливостей готелю: «здійснюється обслуговування номерів, до послуг гостей ресторан і тераса, місця на власній парковці, усі номери оснащені телевізором із плоским екраном. щодня в готелі «Сонячні Карпати» подається сніданок по меню» [12].

«Курорт Буковель розміщений за 47 км від помешкання, а місто Яремче – за 46 км. Відстань від готелю «Сонячні Карпати» до аеропорту Івано-Франківська становить 87 км» [12].

Калькуляція витрат на туристичний пакет представлена нижче у (Таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

## Калькуляція витрат на турпакет

№ п/п	Стаття витрат	1 особа з 17	17 осіб	8,5 осіб з 17
1.	Проживання	2880	48960	24480
2.	Перевезення по маршруту	1387	23579	11790
3.	Експерсії	600	600	600
4.	Страховка	50	850	425
5.	Послуги аматорських колективів	5000	5000	5000
6.	Витрати на керівника	175	175	175
Всього		10092	79164	42470

$Z_{\text{пос}} = 1387 + 600 + 5000 + 175 = 7126$  грн.

$Z_{\text{од. пер}} = 2880 + 50 = 2930$  грн.

$Q = Z_{\text{пост}} \div (\text{Ц} - Z_{\text{од. пер}}) = 726 \div (7747 - 2930) = 0,1507 = 2$  тури.

Експлуатаційні витрати туру складаються з двох основних категорій, а саме:

1. Постійні витрати Це витрати, які виникають і залишаються незмінними незалежно від змін програми туру та кількості туристів, які приймають участь в подорожі. Сюди входить перевезення екскурсій, послуги аматорських колективів, витрати на керівника.

2. Змінні витрати. Це витрати, які можуть варіюватися залежно від кількості туристів, яка буде залучена. Вона включає розміщення та страховку

Таблиця 3.5

## Калькуляція туру

№ п/п	Стаття витрат	Сумма, грн.
1.	Пов'язані з організацією туру (собівартість)	5387
2.	Дохід, в тому числі дві точки	2000
3.	Фонд оплати праці, в тому числі 35%	700
4.	ПДВ, 18%	360
5.	Начислення на з/п, 37,2%	744
6.	Накладні витрати, 16 %	320
7.	Послуги банку, 0,5%	10
8.	Прибуток	122,04
9.	Податок на прибуток, 25%	40,68
Всього:		9683,72

Підрахувавши свої витрати, туристичний оператор має бачення з приводу того – скільки потрібно для покриття витрат на поїздки, і що більш важливо, для отримання прибутку.

Це допоможе розрахувати мінімальну кількість замовлень, необхідну для покриття затрат на створення.

Туристичне підприємство визначається скільки прибутку хоче отримати в кожному турі. Найпоширеніший спосіб з'ясувати свою норму прибутку – це метод ціноутворення з вигідною ціною. Підприємство просто бере на себе витрати на екскурсії чи заходи і додає до своєї вартості суму або відсоток прибутку, який хоче отримати.

Таблиця 3.6

Прогнозний баланс на сезон (3 місяці – 2 групи по 17 людей)

Прихід	Сума, грн	Розхід	Сума, грн.
Собівартість	987740	Витрати на організацію туру	987740
		ПДВ, 18%	37
		Фонд оплати праці, 35%	55
		Начислення на з/п, 37,2%	54396
		Накладні витрати, 16%	23500,8
		Послуги банку, 0,5%	734,4
		Всього:	276800
Чистий прибуток	204000		

### 3.2 Особливості збуту розробленого туру «Мелодія Заходу України»

Промоція туризму означає діяльність, операції та витрати, спрямовані на збільшення туризму, включаючи, але не обмежуючись рекламою, рекламою чи іншим способом розповсюдження інформації з метою залучення та прийняття туристів; розробка стратегій розширення туризму; діючі агенції з просування туризму; та фінансування маркетингу або

проведення спеціальних заходів та фестивалів, призначених для залучення туристів.

Діяльність з просування туризму: туристичний оператор надаватиме функції, заходи, програми, літературу (розроблятиме, організовуватиме для друку та розповсюдження), рекламу, персонал, матеріали, обладнання та підтримку для просування туру як місця для туристів та відвідувачів.

Це сильно відрізняється від минулого. Сьогодні Інтернет працював над впорядкуванням багатьох процесів, багато людей спонтанно зверталися до Інтернету, щоб шукати ідеї для подорожей. З одного боку, реалізатору туристичних послуг потрібно вдосконалити свої послуги, щоб зацікавити їх; з іншого боку, рекламна робота повинна проводитися різними способами. Наприклад, за винятком традиційної реклами в Інтернеті, деякі туристичні компанії навіть використовують різне програмне забезпечення цифрових фліпбуків для створення анімованих цифрових книг, що гортають сторінки, щоб привернути увагу відвідувачів, таке фліпбукове програмне забезпечення, як FlipHTML5, Yumpu, AnyFlip, дуже популярне між ними.

Без будь-яких сумнівів, клієнти повинні бути головними у вашому бізнесі. Більше клієнтів означає більше шансів. Таким чином, необхідно сформувати рекламу таким чином, щоб насправді задовляти потреби клієнтів. Дізнатися, як вони ставляться до послуг і що вони хочуть є механізмом здатним вирішити це питання.

Крім того, для такого аналізу можна досліджувати форуми, де знаходяться потенційні клієнти, і дізнаватися більше про їхні інтереси.

Люди емоційні істоти, і їх більше цікавитимуть свіжі та творчі речі. Тож якщо для просування продукту через друковану продукцію необхідно створювати каталоги, брошури чи журнали, щоб рекламувати свої товари та послуги, дуже важливо вказувати інформацію, як характеризує компанія та залишає спогади.

Іноді відео та аудіо будуть переконливішими за текст, відтворюватимуть місцеві чи онлайн-відео, щоб розповсюджувати більше

інформації про послуги або розповідати історії про інших мандрівників, щоб зберегти інтерес клієнтів. Подібним чином відповідні та аудіо записи, зроблять зміст таких публікацій більш живим та правдивим.

Веб-сайт, це, певною мірою, перший крок до створення бренду, а також це хороший спосіб зробити товари чи послуги доступними, навіть видатний веб-сайт може допомогти отримати більше трафіку. Крім того, адаптивний веб-сайт може змінювати розмір відповідно до пристрою, яким користуються клієнти. Отже, створений веб-сайт може дозволити своїм клієнтам легко бачити та добре використовувати цей ресурс підприємства на телефонах, планшетах та комп'ютерах.

Все більше людей люблять ділитися своїми фотографіями чи досвідом у деяких соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter та Instagram. Навіть деякі з них воліють зосереджуватись на туристичних новинах через ці соціальні платформи. Тому інтеграція в соціальних мережах необхідна.

Мандрівники завжди люблять читати про захоплюючі пригоди про інших, незалежно від того, чи планують вони свою наступну подорож, чи просто цікавляться нею. Ви можете створити щоденник та писати дописи, щоб познайомити відвідувача з красивим місцем. Це, безумовно, чудовий спосіб зробити свої послуги загальнодоступними для більшої кількості людей.

Для просування створеного буде застосовуватися наступна промо компанія:

- Виставки та ярмарки.
- Презентації турпродукту у великих міста як України, так і закордоном.
- Зв'язки з пресою для реклами фірми та турпродукту.

Реклама в інтернеті багатьма іноземними мовами слугуватиме найкращою рекламою для іноземного туриста. Буде використовуватися таргетована реклама, контекстна, реклама у блогерів за допомогою рекламних банерів і сайтів.

«Сьогодні рекламу туристичних путівок можна побачити практично на кожному кроці: у вагонах метро стіни рясніють яскравими картинками, по телевізору прокручуються соковиті ролики, на різних сайтах манять барвисті банери із зображенням розкішних готелів і привабливі ціни. Варто відкрити газету на рубриці туризм – і ви неодмінно побачите кілька цікавих пропозицій на найближчі дати або ж навпаки, на тури, які повинні відбутися через кілька місяців. Таке просування путівок приваблює людей, які хочуть відпочити досить недорого і готові зірватися в дорогу прямо зараз» [18].

«Незважаючи на привабливість подібних «святкових» пропозицій, набагато вигідніше просування путівки на віддалені дати. В принципі, дуже дієвою виявляється попередня реклама турів» [17].

Іншими матеріалами слугуватимуть інформаційні листи, буклети, рекламні листи та прес-релізи. Для розповсюдження цієї інформації буде використовуватися фізично на заходах та офісах підприємств туризму, додатково буде проводитись розсилка інформаційних матеріалів для потенційних клієнтів на поштові веб-скриньки.

Базу, яких можна сформувати самостійно шляхом підбору інформації в соціальних мережах.

Також ці повідомлення мають містити особливий зміст: від персоналізованих електронних листів до цільових повідомлень. Загальні електронні листи вже не працюють добре.

Для ефективної маркетингової компанії потрібно слідкувати за діяльністю клієнтів на сайті. Аналізуючи використання файлів cookie на своєму веб-сайті, за допомогою маркетингових інструментів можна сформувати чітке уявлення про інтереси аудиторії.

### **Висновки до РОЗДІЛУ 3**

Було розроблено тур спрямування: музичний туризм, під назвою «Мелодія Заходу України» тур розрахований на 7 днів та 6 ночей, Маршрут туру починається в столиці України місті Київ для того щоб туристам зі сходу

та центру країни було зручно дістатися до міста, бо всі транспортні зв'язки ведуть сюди. Маршрут туру включає відвідування Верховини, Криворівні, Косіва, Яворіва. В цих населених пунктах буде відбуватися основна туристична діяльність екскурсії, творчі зустрічі та проживання.

Для проживання був обраний зручний готель з широким номерним фондом, з якого туристам зручно у вільний час прогулюватися природою, а туристичній групі відвідувати музеї, які пов'язані з культурою регіону та історією розвитку народної музики.

Була проведена калькуляція туру, вирахована загальна вартість, собівартість, рівень беззбитковості туру.

Розібрана маркетингова стратегія розвитку туру, яка враховує персональний продаж для туристів гнучку систему знижок, та лояльних підхід. Співпрацю з цільовою аудиторією, відвідування концептуальних заходів виставкового формату.

Окреме місце займає реклама та просування в мережі. Для цього необхідно співпрацювати із цільовою аудиторією в соціальних мережах. Налаштовувати таргетовану реклами та використовувати засоби поштової розсилки щодо туру та особливих умов придбання.



## ВИСНОВКИ

В результаті дослідження було проаналізовано та охарактеризовано особливості музичних фестивалів та виокремлено їх, як складову музичного туризму. Фестивальний рух розвинений у всьому світі, а його історія почалася ще з часів Давньої Греції, в той період були створені перші заходи пов'язані з музикою та її прослуховуванням.

Особливий розквіт музичного туризму відбувався в часи Вагнера, створений для поціновувачів творчості композитора в той час привертав увагу великої кількості людей із різних прошарків суспільства, які відвідували Байройт.

Першим масовим музичним фестивалем нашого часу та формату став Вудсток в США, який із середини минулого століття щорічно збирає численну аудиторію.

Була розкрита роль музики в формування тематичних турів та екскурсій. Яскравими прикладами є туристичні продукти присвячені творчості класиків: Шопен, Вагнер. Для туристів реалізуються повноцінні тури, які включають послуги розміщення, трансферу, відвідування музеїв, опер, концертів присвячених творчості майстрів. Один з найпопулярніших музичних турів, який реалізується в багатьох країнах світу це тур до Ліверпуля місцями творчості та піднесення музичного колективу The Beatles.

Музичний туризм представлений і у вигляді авторських екскурсій або турів, які сформовані навколо автентичного мистецтва регіону або вивчають музику, яку створює природа. Такі тури створені лейблом Putamao на Кубі та країнах Латинської Америки, в європейських країнах схожий туристичний продукт формується навколо звуків, які надихали майстрів на написання музичних композицій.

Було проаналізовано ринок музичних турів в Україні та світі. В Україні існує низка туристичних компаній, які створюють авторські музичні тури.

Компанія «MUSIC GURU» пропонує тури на найбільші світові фестивалі рок та танцювальної музики. Додатково надає послуги трансферу на концерти та фестивалі, бронювання квитки, комбіновані тури з відвідуванням концертів або фестивалів. Компанія – «АФІША UA», організовує тури пов'язані з відвідуванням найбільших музичних фестивалів електронної музики у світі, окрім цього туристичне підприємство проводить власний музичний фестиваль в Україні Global Gathering Ukraine.

Для внутрішнього ринку музичного туризму наявні пропозиції туристичного проєкта «GoUkraine», компанії «КРУЇЗ ПЛЕНЕТ» та туроператора «Навігатор Україна». Програми турів схожі між собою та надають можливість відпочинку у Львові під час проведення «Lviv Jazz Fest».

Було досліджено тенденції та перспективи розвитку музичного туризму в Україні та світі. В результаті чого було охарактеризовано, що розвиток музичного туризму традиційної музики є одним із перспективних напрямків розвитку туризму в цілому. Серед причин вирізняється кілька: традиційна музика регіонів України та світу уособлює собою культуру та історію своєї території, завдяки цьому вона може бути плацдармом для знайомства туристів із новими місцем.

Розвиток музичного туризму допоможе зберегти усну культуру, яка передається з покоління в покоління, та надасть всі можливості для самостійного розвитку територій, як дестинацій.

Був розроблений музичний тур «Мелодія Заходу України» для внутрішнього ринку України, який поєднав в собі мальовничі пейзажі та солов'їний спів Карпат. Програма туру включає в себе час для екзистенційного пошуку туристів та знайомства з самобутньою культурою Карпатських гір.

Тур триває 7 днів та 6 ночей, розміщення туристів відбувається в готелі «Сонячні Карпати», який має широкий номерний фонд та всі умови для відпочинку туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В.В. Історія туризму. Підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Береза Ю. Sziget 2019: Celebrate Diversity / Юрій Береза // Open.Ua. 2019. URL:<http://open.ua/music/report/Sziget-2019-CelebrateDiversity/> (Дата звернення:19.04.2021).
3. Бермес І. Організаційні засади музичного фестивального руху в Україні Ірина Бермес // Культурологічна думка. 2015. № 8.150-155 с.
4. Бондаренко О. Як музичні фестивалі й тури шкодять довкіллю, та що з цим можна зробити / Олексій Бондаренко // Українська правда. – 2020. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2020/10/20/242735/> (Дата звернення:19.04.2021).
5. Буклет «Івано-Франківщина фестивальна» / Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій Івано-Франківської обласної державної адміністрації. Івано-Франківськ. 2018. 34 с.
6. Буклет «Пофестивалимо на Полтавщині» / Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації.Полтава. 2019. 22 с.
7. В Києві стартує Kyiv Music Fest-2019 / Главком. – 2019. URL: <https://glavcom.ua/scotch/live/v-kieve-startuet-kyiv-music-fest-2019-626405.html> (Дата звернення:19.04.2021).
8. Вороніна Г.Б. Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму/ Г. Б. Вороніна // Географія та туризм. 2013. Вип. 10. с.334.
9. Габчак Н.Ф.Фестивальний туризм Закарпаття та його регіональна політика / Ф. Габчак // Зб. наук. праць Військового інституту Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Вип. 44, 2013. 256-262 с.

10. Гончарук Н. Сучасний стан та перспективи розвитку event-туризму в Україні / Наталія Гончарук // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» та Міжнародного студентського наукового форуму «Креативна економіка очима молоді», 29-31 березня 2018 року. Т., 2018. 12 с.
11. Грицку-Андрієш Ю.П. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності / Ю.П. Грицку-Андрієш, Ж.І. Бучко // Науковий вісник Чернівецького університету, вип. 519-520. Географія. Чернівці, 2010. 56-60 с.
12. Готель «Сонячні Карпати» <https://www.booking.com/hotel/ua/soniachni-karpati.uk.html> (Дата звернення: 19.05.2021).
13. Давиденко І.В. Домінанти ринку подієвого туризму / І.В. Давиденко // Перспективи розвитку науки в сучасному світі: матеріали міжнародної науково-практичної конф. Краків, 2012. 97-103 с.
14. Дзюба О. Скільки людей відвідали Atlas Weekend 2019 / Олексій Дзюба ЛІГАТех. 2019. URL: <https://tech.liga.net/technology/novosti/skolko-lyudeyposetili-atlas-weekend-2019> (Дата звернення: 19.04.2021).
15. Інтернет-портал пішохідних прогулянок «Walking Pages». URL: <https://www.walkingpages.co.uk/events/festivals.html> (Дата звернення: 19.04.2021).
16. Ліміна П. Українські музичні фестивалі 2020 року, які неможливо пропустити / Поліна Ліміна // bit.ua. 2020. URL: <https://bit.ua/2020/01/ukrainianmusic-festivals-2020/> (Дата звернення: 19.04.2021).
17. Молодецький А.Е. Роль фестивального туризму у подоланні регіональної репресивності. А.Е. Молодецький, А.О. Пташнік. Україна: географія цілей та можливостей. Зб. наук. пр. Н: ФОП «Лисенко М.М.», 2012. 256 с.

- 18.Окландер М.А. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]. // за ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт. 2017. 292 с.
- 19.Онлайн-перелік фестивалів Європи. URL: <https://www.festivalfinder.eu/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 20.Онлайн-платформа «SoClassiQ». URL: <https://soclassiq.com/en/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 21.Офіційний портал проекту «Lollapalooza Global». URL: <https://global.lollapalooza.com/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 22.Офіційний портал проекту «Tomorrowland Global». URL: <https://www.tomorrowland.com/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 23.Офіційний сайт амфітеатру «Arena di Verona». URL: <https://www.arena.it/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 24.Офіційний сайт Асоціації організаторів фестивалів. URL: <https://www.festivalorganisers.org/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 25.Офіційний сайт Асоціації подій та фестивалів Шотландії. URL: <http://www.youreventscotland.com/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 26.Офіційний сайт Байройтського фестивалю. URL: <http://www.festspielebayreuth.de/> (Дата звернення:19.04.2021).
- 27.Офіційний сайт видання «Pollstar». URL: <https://www.pollstar.com/>
- 28.Офіційний сайт Глайндборнського оперного фестивалю. URL: <https://www.glyndebourne.com/> (Дата звернення:19.04.2021).
29. Про підприємництво: закон України від 7 лютого 1991 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1991. - № 14.168 с.
30. Про туризм: закон України від 15 вересня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1995. - №32. 241 с.
- 31.Barnes, S. J., Mattsson, J., and Sorensen, F. «Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context». 2014 URL:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.002> (Дата звернення:19.04.2021).

32. Becker, J. Traditional music in modern Java: Gamelan in a changing society, University of Hawaii Press. 2019. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.002> (Дата звернення: 19.04.2021).
33. Chen, Y., Liu, P., Zhang, J. and Xiao, X. «Falling in love with a place because of a song: the transportation effects of music on place attachment», Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2019. URL: <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1638428> (Дата звернення: 19.04.2021).
34. Duarte, P., Folgado-Fernández, J. A. and Hernández-Mogollón, J. M. (2018), «Measurement of the impact of music festivals on destination image: the case of a womad festival» 2018 URL: <https://doi.org/10.3727/152599518X15264726192451> (Дата звернення: 19.04.2021).
35. Dwyer, L. «Triple bottom line reporting as a basis for sustainable tourism: opportunities and challenges». Acta Turistica. 2015 URL: <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1638428> (Дата звернення: 19.04.2021).
36. Grate R. How Fans Are Using Social Media at Festivals / Rachel Grate //
37. Eventbrite Blog. – 2016. URL: <https://www.eventbrite.com/blog/social-media-atfestivals-ds00/> (Дата звернення: 19.04.2021).
38. Everett, H. «Do you play newfoundland music? Tracking traditional music in the tourist imaginary». 2016. URL: <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1638428> (Дата звернення: 19.04.2021).
39. Must-See Cultural Festivals in Asia / Top Universities. - 2018. URL: <https://www.topuniversities.com/blog/must-see-cultural-festivals-asia> (Дата звернення: 19.04.2021).
40. Nine Popular Cultural Festivals of the World in 2020 / The Riviera Travel Blog. 2019. URL:

<https://www.rivieratravel.co.uk/blog/2019/11/29/culturalfestivals-around-the-world/> (Дата звернення:19.04.2021).

41. Krajnovic, A., & Gortan-Carlin, I. P. Possibilities of music heritage tourist valorization – an example of Istria. Tour. Hosp. Manag. URL:

<https://doi.org/10.20867/thm> (Дата звернення:19.04.2021).

42. Sedmak, G. The role of traditional music in the hospitality sector - an example of Slovenian Istria. Beograd. URL:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1808002>

(Дата звернення:19.04.2021).

## ПЕРЕЛІК СТАЛИХ ВИСЛОВІВ

1. «Культурологія та соціальні комунікації», «інноваційні стратегії розвитку».
2. «Rock the Bells».
3. «Mountain Jam Hunter Mountain».
4. «Монтерей Джаз».
5. «Lollapalooza».
6. «Особливої популярності в Україні набувають».
7. « музичні фестивалі».
8. «найпопулярнішими в Україні є фестивалі сучасної музики».
9. « Atlas Weekend», «Upark», « рок-фестивалі «Тарас Бульба»», «Бандерштат».
10. «фестивалі електронної музики «Білі ночі».
11. «Всеукраїнськими фестивалями класичної музики можна назвати фестиваль «Odessa Classics», «LvivMozArt».
12. «джазові фестивалі: «Leopilis Jazz Fest», «Koktebel Jazz Festival».
13. «Серед особливостей готелю».
14. «здійснюється обслуговування номерів».
15. «до послуг гостей».
16. «місця на власній паркові».
- 17.«усі номери оснащені телевізором із плоским екраном».
18. «щодня в готелі».
19. «подається сніданок по меню».
20. «Курорт Буковель розміщений за 47 км», «від помешкання», «а місто Яремче – за 46 км», «відстань від готелю», ««Сонячні Карпати»», «до аеропорту», «Івано-Франківська становить 87 км».
21. «Сьогодні рекламу туристичних путівок можна побачити практично на кожному кроці».
22. «у вагонах метро», «стіни рясніють», «яскравими картинками», «по телевізору», «прокручуються соковиті ролики», «на різних сайтах»,



«манять барвисті», «банери із зображенням», «розкішних готелів», «привабливі ціни», «варто відкрити», «газету на рубриці туризм», «і ви неодмінно», «побачите кілька», «цікавих пропозицій», «на найближчі дати», «або ж навпаки», «на тури», «які повинні», «відбутися через», «кілька місяців», «таке просування», «путівок приваблює людей», «які хочуть», «відпочити досить недорого», «і готові зірватися», «в дорогу прямо зараз».

23. «Незважаючи на привабливість подібних «святкових» пропозицій», «набагато вигідніше», «просування путівки», «на віддалені дати», «в принципі», «дуже дієвою виявляється», «попередня реклама турів».