

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**«Проектування міжнародного музичного фестивалю у
туристичній дестинації «Київ»**

Студентки 2 курсу 13 групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний івент-
менеджмент в туризмі»

Мишастої Ольги
Сергіївни

(підпис)

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Дупляк Тетяна
Петрівна

(підпис)

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

Забалдіна Юлія
Борисівна

(підпис)

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний івент-менеджмент в туризмі»

Затверджую

Зав. кафедри

Г. І. Ткаченко

« _____ » _____ 20__ р.

**Завдання
на випускну кваліфікаційну роботу студентці****Мишастій Ользі Сергіївні***(прізвище, ім'я, по батькові)***1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

Проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації
«Київ»

Затверджена наказом КНТЕУ від «04» листопада 2019 р. № 3752.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20.11.2020 р.**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

Мета роботи: дослідження теоретичних та практичних аспектів проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Об'єкт дослідження: процес проектування міжнародного музичного фестивалю

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації
«Київ»

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Дупляк Т.П.	29.11.2019	22.05.2020
2	Дупляк Т.П.	29.11.2019	15.09.2020
3	Дупляк Т.П.	29.11.2019	01.11.2020

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ

1.1. Сутність та види музичних фестивалів

1.2. Світові практики формування та реалізації проектів міжнародних музичних фестивалів

Висновок до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ»

2.1. Ресурсний потенціал розвитку міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

2.2. Дослідження ринку міжнародних музичних фестивалів у туристичній дестинації

2.3. Стейкхолдери проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Висновок до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ»

3.1. Концепція проекту міжнародного музичного фестивалю туристичній дестинації

3.2. Ефективність проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Висновок до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	Фактично
	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2019 – 04.11.2019	04.11.2019
	Оформлення і затвердження завдання на роботу	05.11.2019 – 05.12.2019	29.11.2019
	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	06.12.2019 – 22.05.2020	22.05.2020
	Написання та оформлення наукової статті	до 22.05.2020	22.05.2020
	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	23.05.2020 – 15.09.2020	15.09.2020
	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	16.09.2020 – 01.11.2020	01.11.2020
	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	02.11.2020 – 08.11.2020	08.11.2020
	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2020 – 19.11.2020	19.11.2020
	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 20.11.2020	20.11.2020
	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	09.12.2020

7. Дата видачі завдання « _____ » _____ 20__ р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

Забалдіна Ю. Б.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Мишаста Ольга Сергіївна виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі в установлені терміни згідно з календарним планом виконання роботи.

За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам вищої школи, має практичне значення та наукову новизну, актуальний напрям досліджень. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено теоретичні підходи до проектування міжнародних музичних фестивалів.

У другому розділі оцінено ресурсний потенціал розвитку міжнародних музичних фестивалів в м. Києві та досліджено стейкхолдерів проекту.

У третьому розділі розроблено концепцію проекту музичного фестивалю в м. Києві та обґрунтовано ефективність проекту.

Випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(ІІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

Забалдіна Ю. Б.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

Ткаченко Т. І.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2020 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ	10
1.1. Сутність та види музичних фестивалів.....	10
1.2. Світові практики формування та реалізації проектів міжнародних музичних фестивалів.....	14
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ»..	22
2.1. Ресурсний потенціал розвитку міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації.....	22
2.2. Дослідження ринку міжнародних музичних фестивалів у туристичній дестинації.....	28
2.3. Стейкхолдери проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації.....	34
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ».....	45
3.1. Концепція проекту міжнародного музичного фестивалю туристичній дестинації.....	45
3.2. Ефективність проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації	53
Висновки до розділу 3.....	59
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність теми. Фестивальний рух в Європі, США та Україні безперервно розширюється, захоплюючи все більші пласти культурного простору. Не винятком є й музичний фестивальний рух. Дійсно, в останні десятиліття музичний фестиваль переступив за рамки музичного заходу і набув більш глибокого значення. Організатори фестивалю намагаються знаходити нові форми комунікації виконавців з аудиторією, розкривати різноманіття не тільки сучасної української музики, а й світової. У країні проходить безліч концертів та гастролей, які можна використовувати для залучення туристів і розвитку туризму в DESTINATION в цілому.

Актуальність теми не викликає сумнівів, оскільки правильна організація фестивалів, в тому числі за державної підтримки, дає можливість використати їх значний потенціал для розвитку міжнародної комунікації, естетичного виховання молоді та організації дозвілля.

У той же час музичний фестиваль ще не став об'єктом пильної уваги й вивчення фахівців. Дослідження у більшому об'ємі проводилися за кордоном, такими спеціалістами як: Тімоті Дж. Дауд, Дженна Нельсон, Ов Ронстрьом, та Ден Лундберг. Серед вітчизняних дослідників можна виділити Ігнат'єву Я. та Верхованцеву П. Проте, вітчизняна база недостатньо наповнена інформацією, тому дана ніша є відкритою для досліджень.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній DESTINATION, а також розробка рекомендацій щодо його реалізації.

Відповідно до мети дослідження можна виділити наступні **завдання**:

- 1) визначити сутність та види міжнародного музичних фестивалів;
- 2) висвітлити світові практики формування та реалізації проектів міжнародних музичних фестивалів;

3) оцінити ресурсний потенціал розвитку міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації;

4) дослідження ринку та стейкхолдерів міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації;

5) розробка концепції міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації;

6) проаналізувати ефективність міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації.

Об'єктом дослідження процес проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації «Київ».

Предметом дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти проектування міжнародного музичного фестивалю у місті Київ.

Методи дослідження, джерела інформації. У процесі дослідження та при обґрунтуванні його результатів використовувались методи теоретичного узагальнення та порівняння, методи логічного узагальнення (при формуванні висновків), метод опитування, системного підходу (при аналізі переваг та недоліків локацій для проведення міжнародного музичного фестивалю) та ін.

Теоретичною і методологічною основою роботи є фундаментальні дослідження у проектуванні міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації, праці та публікації закордонних вчених та практиків. У них висвітлюються методологічні засади формування системи проектування міжнародного музичного фестивалю. Інформаційною базою дослідження виступають дані з інформаційних джерел, матеріали періодичних видань, статті та книги.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку теоретичних аспектів проектування міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації «Київ».

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення результатів проведеного дослідження полягає у тому, що розроблена

концепція, ефективність проекту та пропозиції сприятимуть проектуванню міжнародного музичного фестивалю у місті Києві.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження проектування міжнародного музичного фестивалю частково відображені у науковій статті «Сутність та види музичних фестивалів» у збірці наукових статей студентів магістрів КНТЕУ (дод. А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, вступу та висновків, списку використаних джерел (42 найменування), 6 додатків, а також містить 17 таблиць, 15 рисунків та одна формула.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ

1.1. Сутність та види музичних фестивалів

Фестивалі є одним з ключових факторів, що дає можливість залучати нові інвестиції та туристів до DESTИНАЦІЇ. У тому числі музичні фестивалі дозволяють сприяти збереженню культурної пам'яті та піднесенню національної музичної культури.

Перше відоме вживання слова фестиваль було зафіксовано у 14-му столітті, а походження звучить від латинського слова «festivus» [27]. Саме музичні фестивалі зародилися в Великобританії (Лондон, 1709 р.) і спочатку були пов'язані з церковною музикою. З другої половини 18 століття фестивалі проводилися в багатьох країнах центральної Європи, переважно в Німеччині. Найбільш поширені вони стали в 20 столітті, особливо з середини 40-х років [18].

Актуальність питання щодо розвитку музичних фестивалів зумовлюється тим, що в сучасних умовах музика є способом передачі інформації, почуттів та емоцій [32]. Все більше набуває популярності поєднання різних музичних стилів та жанрів. Сучасні виконавці орієнтуються на пошуки нових напрямів і, відповідно, виникає необхідність у платформі для реалізації задумів. Саме музичні фестивалі дозволяють виконавцям по всьому світу заявити про себе. При цьому організація такого роду івенту дозволяє не тільки проявити себе виконавцям, а також сприяє розвитку туристичного бізнесу, розвитку підприємств. Основна діяльність, таких підприємств може допомогти в організації, залучення інвестицій та розвитку музичної культури населення. Успішна активізація музичних проектів спонукає до вивчення особливостей їх сутності, організації та функціонування [38].

Існує багато підходів до трактування поняття музичного фестивалю багатьох вчених, практиків та дослідників. Основні з них виділено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до трактування поняття «музичний фестиваль»

Джерело	Сутність терміну
Тімоті Дж. Дауд, Кетлін Ліддл та Дженна Нельсон [39]	Музичні фестивалі існують для численних і різноманітних музичних жанрів. Фестивалі нагадують місцеві сцени, які відбуваються в обмеженому просторі, пропонуючи можливість для виконавців показати свій досвід музики та інших елементів життя.
Ов Ронстрьом, Крістер Мальм, Ден Лундберг [36, с.10]	Музичний фестиваль – це високоформалізована і цілеспрямована подія, обмежена в часі та просторі, найчастіше в приміщенні. Фестиваль складається з багатьох актів, або з однієї великої сцени, або з багатьох різних менших етапів. Фестивальна поведінка, як правило, включає пересування, їжу, пиття, куріння, спілкування та вихідний день, іноді навіть кілька днів і ночей.
Верхоланцева П. В. [5, с. 45]	Музичний фестиваль, будучи формою культурної комунікації між музикою і людиною, просуває музику, популяризує творчість музикантів і зберігає музичні жанри.
Яна Ігнат'єва [6, с. 145]	Музичний фестиваль – особлива форма існування мистецтва, завдяки якій відбувається збереження й актуалізація національної та світової мистецької спадщини, розвиток і популяризація етнічної творчості, виявлення та підтримка обдарованої молоді
Енциклопедія Британіка [28]	Музичний фестиваль – це серія виступів у певному місці, натхненна об'єднавчою темою, такою як національна музика, сучасна музика або просування видатних творів композиторів. Він також може приймати форму конкурсу для виконавців чи композиторів.

Спроба загального аналізу трактувань сучасних музичних проєктів дає змогу виявити перспективи розвитку таких заходів з їх подальшим коригуванням. Зважаючи на це, коротко розглянемо загальні види

формування програм музичних фестивалів, спрямованих на їх популяризацію. Основні види музичних фестивалів виділено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Види музичних фестивалів

Тип	Характеристика
За жанром	Поп-музика
	Класичні
	Рок
	Релігійні
	Електронна музика
	Змішані
	Віртуальні
За рівнем організації	Міжнародні
	Національні
	Місцеві
За тривалістю	Короткотривалі
	Довготривалі
За ритмічністю	Щорічні
	Нестабільні
	Одноразові
За аудиторією	Дитячі
	Молодіжні
	Загальні

Джерело: розроблено автором за [8, с. 47]

За жанром виділяють достатньо багато видів музичних фестивалів. Різноманіття жанрів музики зростає з кожним роком. Відповідно, з'являється все більше можливостей для розширення музичних проявів.

Наприклад, релігійні фестивалі зосереджені на святкуванні духовно значущих моментів, але також можуть містити культурні та спадкові практики [37, с. 10].

Як у випадку з фестивалем релігійної музики «На Славу Божу», що відбувається у місті Львів. Так само віртуальні фестивалі, що транслюються по всьому світу через супутникове телебачення та Інтернет. Яскравим прикладом такого є Міжнародний день реггі на Ямаїці. Кожного року, 1

липня відбувається 24 годинне святкування культури реггі та його впливу на ямайську музику [30].

За рівнем організації та їх масштабом було виділено 3 форми:

1. Міжнародний музичний фестиваль являє собою інтернаціональну подію, яка об'єднує народи, різні країни, що орієнтований на живі виступи та піднесення музичної культури. Головною метою такого фестивалю є заохочення народів різних країн зацікавитись у даному фестивалі та відвідати його.

2. Національний музичний фестиваль це подія, яка орієнтована на населення всередині країни та спрямований на розвиток національної музичної культури та її збагачення.

3. Місцевий музичний фестиваль – подія, що має значення в межах визначеної території, району та дозволяє взяти участь у фестивалі представникам одного міста або села.

За тривалістю визначено 2 види фестивалю. Короткостроковий музичний фестиваль може тривати до 5 днів та довгостроковий фестиваль відбувається від 5 днів.

За ритмічністю або періодичністю проведення музичні фестивалі можуть відбуватися кожного року. Це може бути визначена дата або змінна, залежно від організації фестивалю. Фестивалі, що не мають періодичності проведення є нестабільними. Їх проведення залежить від багатьох факторів. Та фестивалі, що організуються одноразово та проводяться один раз з метою присвячення певній даті чи події [35].

За аудиторією музичні фестивалі також можуть відрізнятися. Дитячі музичні фестивалі зазвичай орієнтований на сім'ю, де основними учасниками є діти та їх батьки, родичі. Фестиваль, основними глядачами та учасниками якого є молодь є молодіжним. Відповідно, уся його організація орієнтована на визначену вікову групу. Фестиваль, який розрахований на широку аудиторію є загальним. Зазвичай, учасниками такого фестивалю є різна

цільова аудиторія, різних вікових груп. Такі фестивалі можуть створити комфортні умови для усієї аудиторії, яка зацікавлена у події [18].

Отже, можемо зробити висновок, що музичні фестивалі пропонують нам велику різноманітність варіантів. Музичні події мають великий вплив на сьогодні, особливо на молодь. Мова музики дозволяє транслювати багато інформації, яка може формувати особистість, мислення та світосприйняття для сотень тисяч людей.

1.2. Світові практики формування та реалізації проектів міжнародних музичних фестивалів

Починаючи з давніх часів, кожне суспільство встановило для себе дати та періоди для проведення важливих подій. У ці дати відбувалися конкретні урочистості, як правило, засновані на місцевій культурі, звичаях, релігіях та способу життя. Ці урочистості формували початкові фестивалі, які згодом еволюціонували в сучасні типи фестивалів.

У наш час фестивалі постійно розвиваються. Тому багато суспільств у всьому світі намагаються використовувати їх потенціал і скористатися їх позитивним впливом. Сьогодні фестивалі складають дослідницьке поле, де виконуються дослідження різного характеру.

Дослідження Тетяни Кацюр [26] показали, що для успішної реалізації музичного фестивалю, необхідно провести ретельний аналіз концепції заходу та відповісти на 5 питань – 5W. Дані 5W визначають, чи є подія життєздатною, стійкою та здійсненою. Характеристика кожного елемента визначена у табл. 1.3.

Наступне дослідження, яке може привернути увагу до формування та реалізації музичних фестивалів є дослідження Бена Жакліна [12] «Як організувати музичний фестиваль: 4 кроки до успіху».

Концепція «5W» для проведення музичних фестивалів

Питання	Особливості
Why?	<p>Необхідно створити свій стиль для заохочення відвідувачів. Чому? Щоб відрізнити свій фестиваль від інших.</p> <p>Запросити популярного виконавця/ців. Чому? У концертній індустрії рівень виконавців може бути настільки високим, що дозволить привабити більше відвідувачів, при цьому застосовуючи менше реклами.</p> <p>Реклама в інтернеті. Чому? Вона є найбільш прогресивною і дає результати. При цьому реклама на плакатах та інших ресурсах також необхідна.</p>
Who?	<p>Цільова аудиторія. Для цього важливо визначити цільову аудиторію найбільш відповідним способом. У концертній індустрії публіка буде різною залежно від жанру музики. Канали, через які надходять повідомлення повинні відповідно змінюватися. Вікова група аудиторії - ще один важливий пункт. Він прямо впливає на графік фестивалю.</p>
When?	<p>Терміни проведення. Графік заходу має прямий вплив на відвідуваність. Якщо планується багатоденний фестиваль, це, безумовно, повинно відбутися у вихідні, щоб отримати найкращу відвідуваність. Слід враховувати сезонність події. Національні свята є ще однією загрозою для відвідування. Якщо не знайоме місце, де відбуватиметься подія, необхідно знайти інформацію про всі місцеві свята, які можуть створити потенційні конфлікти щодо планування.</p>
Where?	<p>Місце розташування. Необхідно обрати майданчик, який буде відповідати вимогам з проведення фестивалю (звук, технічне обладнання, інфраструктура). Якщо подія проводиться під відкритим небом, необхідно врахувати можливі природні явища та їх вплив.</p>
What?	<p>Кожна подія повинна бути представлена публіці як унікальна, пропонуючи можливість побачити і пережити щось нове і захоплююче. Завжди необхідно підкреслити переваги, які отримає споживач, відвідуючи захід.</p>

Джерело: розроблено автором за [26]

Саме ці кроки використовують усі успішні фестивалі, тим самим створюючи власний бренд. У музичній індустрії, де успіх далеко не гарантований, музичний фестиваль, зроблений правильно, може бути дивовижним для всіх учасників.

Крок 1. Визначити для кого музичний фестиваль. Це є визначною частиною створення бренду фестивалю. Фестивалі зазвичай не «продаються» лише на одному хедлайнері. Натомість, вони можуть стати ідеальною платформою для відкриття нових гуртів, спільним простором для музикантів подібного жанру, що націлені на ту саму аудиторію.

Щоб найкраще зрозуміти цей рівень брендингу необхідно дізнатись хто аудиторія заходу. Чи буде фестиваль орієнтуватися на любителів електронної музики чи шанувальників року? Цільова аудиторія буде сильно впливати на всі подальші рішення, які будуть прийняті [31].

Візьмемо для прикладу «Download Festival». Це щорічний триденний рок-фестиваль, який проходить, починаючи з 2003 року, на трасі Донінгтон Парк, Великобританія [15]. Усі складові та рекламні стратегії протягом всього часу оберталися навколо людей, які люблять важку музику. З цієї причини люди купують квитки на фестиваль ще до оголошення складу хедлайнерів.

Існує ряд методів звуження цільової аудиторії події, які виділені на рис.1.1

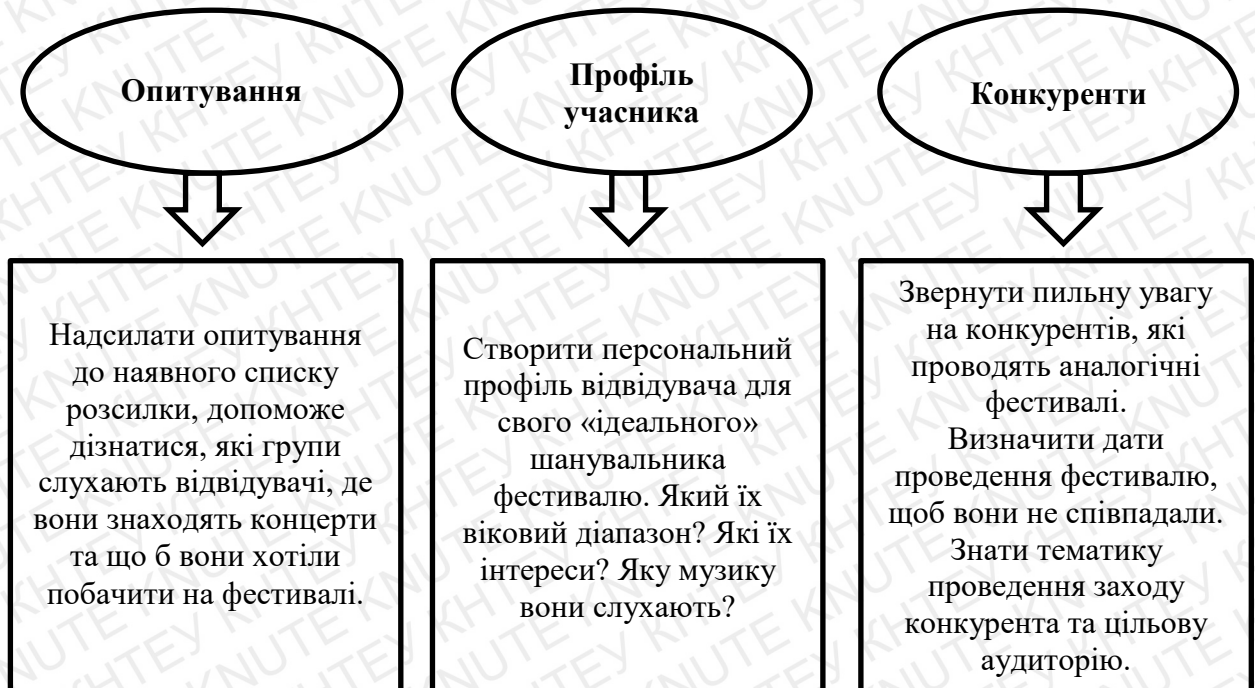


Рис 1.1. Методи звуження цільової аудиторії музичних фестивалів

Джерело: розроблено автором за [31]

Крок 2. Визначити, де найкраще проводити фестиваль: на відкритому чи закритому майданчику. Організатори, які проводять фестиваль, часто уявляють образ власного івенту. Уявляють, що 80 000 осіб приїжджають на захід, який відбувається на величезному полі. Одразу до пам'яті проходять зображення з фестивалю Woodstock або Glastonbury [41]. Однак, на відкритому майданчику - не завжди краще. Перед тим, як почати організовувати подію, слід врахувати плюси та мінуси у приміщенні та на відкритому повітрі.

Відкриті фестивалі. Фестивалі на свіжому повітрі мають місце бути, але вони мають багато потенційних підводних каменів. Часто обране поле чи відкритий простір не були призначені для проведення музичних заходів. Це означає, що необхідно заздалегідь створити власне місце проведення [31].

Переваги та недоліки проведення фестивалю на відкритому просторі зображені на рис. 1.2

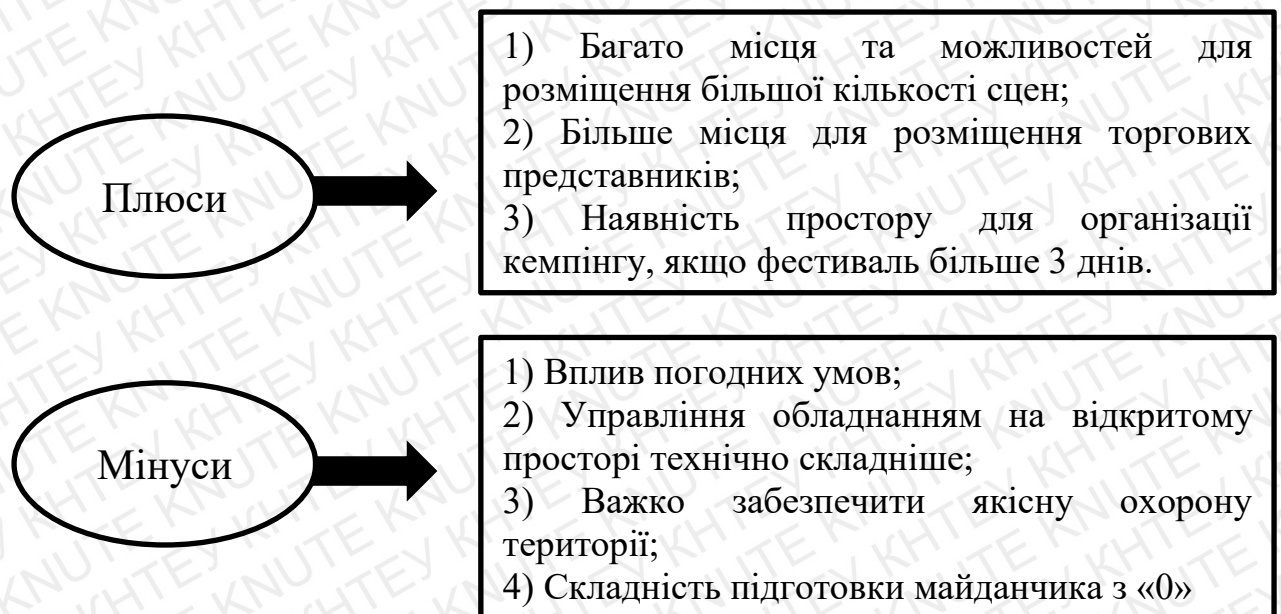


Рис 1.2. Переваги та недоліки проведення музичного фестивалю на відкритому просторі

Джерело: розроблено автором за [31]

Криті фестивалі. Організувати фестиваль в приміщенні означає, що більше моментів буде зрозуміло заздалегідь. Організаторам не доведеться

встановлювати межі заходу. Також, зазвичай, криті майданчики вже включають обладнання, охорону, персонал, технічний персонал тощо.

Переваги та недоліки проведення фестивалю у закритому просторі зображені на рис. 1.3

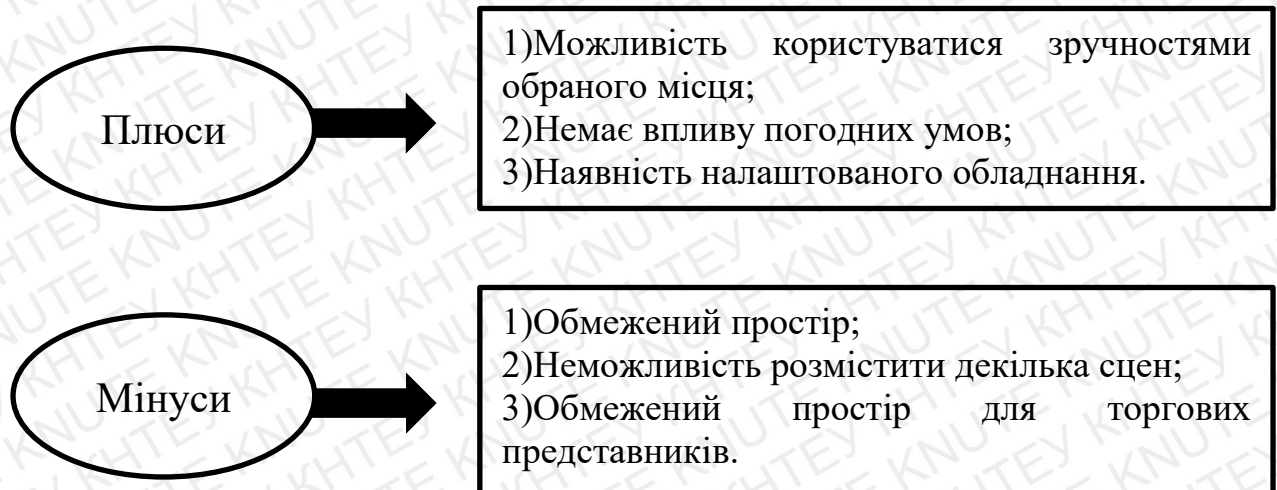


Рис. 1.3. Переваги та недоліки проведення фестивалю у закритому просторі

Джерело: розроблено автором за [31]

Крок 3. Не боятись починати з малого. Зазвичай перші фестивалі не бувають масовими. Починати з малого - все-таки хороша ідея. За словами Джейсона Картера [34], засновника ONE Musicfest: «Як правило, коли ви будете фестиваль з нуля, вам знадобиться близько п'яти років, щоб дійсно привернути до себе увагу меценатів та спонсорів».

Як неуспішний приклад можна взяти фестиваль, як Y Not. Розслідування британської газети The Guardian визначило таку причину: «Y Not Festival за три роки збільшив відвідуваність з 8000 до 25 000, при цьому втративши керованість над персоналом та отримав розлючені коментарі на Facebook» [34].

Тобто, ріст відвідуваності фестивалю за 3 роки зріс на 312%. Різке збільшення відповідальності та ризику призвело до скасування фестивалю. Причиною цього стало неспроможність організаторів керувати масштабом ситуації та не можливість справитись з таким обсягом відвідувачів.

Етапи організації та формування музичного фестивалю визначені у табл. 1.4

Таблиця 1.4

Етапи розширення масштабу фестивалю

Етап	Характеристика
«Масштабуйте повільно»	Якщо фестиваль буде орієнтований на 1000–2000 відвідувачів, це збереже керованість. Збільшення відвідуваності з 33% до 50% у рік є більш стабільним для фестивалю.
«По одній сцені»	Не починати з великої кількості сцен. Варто почати з одної локації, потім виправити помилки і тоді продовжити масштабувати локації далі. Це може бути способом поступового нарощування потужності та отримання досвіду.
«Визначити допоміжні інструменти»	Такі інструменти, як для придбання квитків, планування та управління постачальниками, можуть дати можливість навіть невеликим фестивалям процвітати з початку роботи.

Джерело: розроблено автором за [31]

Враховуючи всі етапи, фестиваль матиме великий потенціал. Однак, нарощуванням потужностей потрібно керувати. Необхідно переконатися, що також існує стратегія або план, який передбачає залучення додаткового персоналу, додаткових музикантів та збільшення кількості відвідувачів.

Крок 4. Дотримуватися ділового підходу. Зазвичай, організатори починають створювати музичні фестивалі через любов до музики. Якщо є чітка ціль, щоб фестиваль був щорічною подією, необхідно правильно розуміти ділову сторону. До важливих моментів, які потрібно врахувати, належить:

1. Бюджет. Важливо визначити мінімально можливий бюджет, який знадобиться для організації фестивалю. Контроль фінансових витрат обов'язковий для проведення масових заходів.

2. Маркетинг. Маркетингова стратегія повинна бути орієнтована на цільову аудиторію фестивалю. Для якісної розробки стратегії необхідно

визначити онлайн і офлайн платформи для спілкування з аудиторією. Далі, розмістити та запропонувати власні послуги [33].

3. Партнерство. Побудова партнерських відносин важлива для музичних фестивалів.

4. Отримання коштів. Пошук спонсорів може слугувати величезною фінансовою допомогою. Створення спонсорських пакетів музичного фестивалю дозволить залучити потенційних фінансових інвесторів.

5. Отримання допомоги. Партнерство також може означати надання певних послуг. Це може бути постачання продуктів харчування та напоїв, партнерство з охоронними фірмами, медичними компаніями тощо. Делегація послуг може бути організована у вигляді бартеру. При цьому делегація може зайняти достатньо велику статтю витрат, але це також означитиме набагато менше турбот [40].

6. Здоров'я і безпека. Необхідно врахувати дозволи, страхування події, безпеку та надання першої медичної допомоги. Зазвичай, корисно найняти консультанта з охорони праці та делегувати це завдання людям, які точно знають, що роблять [31].

Отже, створювати музичний фестивалю з нуля - це важка справа. Але якщо максимально врахувати всі можливі моменти, це може створити не тільки вдалий бізнес, а й також сприяти туристичному розвитку регіону.

Висновки до розділу 1

1. Проаналізувавши теоретичні на методологічні засади проектування та формування музичного фестивалю можна зробити висновок, що дослідження проводилися в основному в США, Англії, Європі та Австралії. Нажаль, вітчизняних дослідників з організації музичних фестивалів недостатньо.

2. Такий вид організації заходів як музичні фестивалі є актуальним та прогресивним. Використовуючи базу знань та порад закордонних практиків можна зайняти свою нішу у даному напрямі.

3. Підсумовуючи, можна виділити основні та найважливіші кроки для вдалого організування фестивалю. Серед них:

- визначення цільової аудиторії;
- визначення майданчику для проведення фестивалю;
- формування плану для поступового розширення масштабів проведення фестивалю;
- розуміння та розробка фінансової складової фестивалю;
- розробка стратегічного маркетингового плану фестивалю;
- формування спонсорських паркетів та залучення додаткових інвестицій;
- організація безпеки та охорона на час проведення фестивалю.

4. Успішне формування та реалізація музичного фестивалю дозволить залучити додаткові інвестиції та раціонально використовувати ресурси території.

5. Створення такого івенту як музичний фестиваль дозволить створити місцеву візитку, яка буде асоціюватися з даною туристичною дестинацією. Атракційність музичного фестивалю не тільки задовольнить інтерес відвідувачів, а й дозволить стати постійною територією, яка приваблює туристів. Це безпосередньо вплине на економічну, соціальну та культурну сталість регіону.

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ»

2.1. Ресурсний потенціал розвитку міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Існують різні підходи до визначення ресурсного потенціалу. Наприклад, К.Місько вважає, що “ресурсний потенціал” – це сукупна величина реалізованих і нереалізованих можливостей використання ресурсів у процесі задоволення суспільних потреб, що виражається в ресурсній формі її уявлення [21, с. 19]. Тобто, в організації фестивалю важливо визначити всі потенційні платформи для реалізації ідеї.

Київ має значний ресурс для організації і розвитку фестивалів. Це і значна кількість open-air майданчиків, концертних залів, розвинута інфраструктура тощо. Місто Київ відомий як осередок найпопулярніших концертів та як осередок найпопулярніших концертів, фестивалів, де організовуються наймасштабніший заходи. Саме тому розвиток міжнародного музичного фестивалю має великий потенціал у даній туристичній дестинації, для організації якого необхідна значна ресурсна база.

Серед усіх можливих локацій для проведення івенту було виділено як відкриті, так і закриті майданчики. Важливо ознайомитися з їх перевагами та недоліками, щоб визначити максимально раціональний варіант. Також у додатку Б відображені фото та місце розташування усіх локацій, що дозволить побачити наглядно потенційне місце проведення.

Серед варіантів закритих майданчиків було обрано:

1. Міжнародний Виставковий Центр

Це сучасний комплекс світового класу для організації елітних міжнародних виставкових форумів, конгресів, презентацій та культурно-художніх шоу [8].

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації представлені у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю у Міжнародному Виставковому Центрі

Переваги	Недоліки
Зручна транспортна розв'язка, близькість до метро	Складність організації через розміри майданчику, мало контролю
Розташування поряд таких готелів як: "Братислава", ВАККАРА, "Турист", "Салют", "Київ".	Віддаленість від аеропортів Києва
Наявність технічної бази	Застарілі комунікації
Велика кількість паркувальних місць кількістю 2500	Потреба у залученні великої кількості персоналу
Наявність 3х павільйонів до 10,8 тис кв м.	Великі витрати на декор через великий розмір павільйонів

Джерело: розроблено та доповнено автором за [8]

2. Мистецький арсенал

Є флагманською українською інституцією культури, яка у своїй діяльності інтегрує різні види мистецтва – від сучасного мистецтва, нової музики й театру до літератури та музейної справи [11].

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації можна переглянути у табл. 2.2

Таблиця 2.2

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю у Мистецькому арсеналі

Переваги	Недоліки
1	2
Розташування у центрі міста	Відсутність можливості паркінгу
Можливість об'єднання музичного та культурного мистецтва	Обмеженість варіантів як можна дістатися до майданчику
Оригінальне місце проведення в історичній будівлі	Застарілі технічні комунікації, щоб забезпечити комфортні умови проведення

Продовження табл. 2.2

1	2
Можливість розмістити зону відпочинку або сцену на відкритій частині локації	Складність в організації евакуації людей при виникненні непередбачуваних ситуацій
Вміщає до 3 тис відвідувачів одночасно та має зручності для людей з інвалідністю	Складності проведення через архітектурні особливості будівлі

Джерело: розроблено та доповнено автором за [11]

Варіантів для відкритого проведення заходу було виділено більше. Оскільки зважаючи на теперішню ситуацію у світі, варто розглядати усі можливі open-air майданчики.

1. Південний Берез Києва (ЮБК)

Локація розташована на південному узбережжі Труханового острова. Унікальний open-air майданчик знаходиться неподалік від пішохідного моста. Привабливість локації заключається у відкритому краєвиді на історичний центр столиці.

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації можна переглянути у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю на Південному Березі Києва

Переваги	Недоліки
Місце проведення біля річки	Залежність від погодних умов
Розташування локації у центрі міста	Паркінг обмежений та далеко від місця проведення
Декор у вигляді природи (не потребує побудови великих додаткових декорацій)	Невелика місткість на території локації (до 1000 осіб)
Включення додаткових розваг, пов'язаних з річкою	Додаткові витрати на охорону та огороження території фестивалю
Можливість вільно використовувати піротехнічні засоби (салюти, вогні)	Віддаленість від найближчого метро або громадського транспорту

Джерело: розроблено автором

2. Sky Family Park

Це унікальний формат міського відпочинку, де можна знайти власну вейк-станцію, басейн, дитячу зону, фуд-корти, пляжну зону відпочинку та сцену з зоною для активностей і фестивалів [16].

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації можна переглянути у табл. 2.4

Таблиця 2.4

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю на Sky Family Park

Переваги	Недоліки
Наявність паркінгу поряд з місцем проведення	Залежність від погодних умов
Вже готове зонування території, де проводиться захід	Незручна транспортна розв'язка
Можливість вільно використовувати піротехнічні засоби (салюти, вогні)	Віддаленість від місць, де можуть зупинитися відвідувачі (готелі, хостели і тд)
Наявність готових фудкотів на території локації	Відкритий доступ до води, потребує додаткового огороження та охорони
Велика територія, яка дозволяє розмістити кемпінг для відвідувачів	Потребує додаткової реклами та просування майданчику

Джерело: розроблено автором

3. Арт-завод Платформа

Перший найбільший креативний кластер в Києві, унікальна локація, що надає площі під фестивалі, майстерні, коворкінг, воркшопи, бари та інше. [19]

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації можна переглянути у табл. 2.5

Таблиця 2.5

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю на Арт-заводі Платформа

Переваги	Недоліки
1	2
Локація, на якій чи не кожних вихідних організуються заходи	Залежність від погодних умов

Продовження табл. 2.5

1	2
Велика кількість паркувальних місць	Обмежена кількість відвідувачів
Наявність усієї необхідної технічної бази та охорони локації	Територія локації не дозволяє розмістити достатню кількість місць для відпочинку
Зручна інфраструктура, поряд метро та громадський транспорт	Місцезнаходження далеко від центру
Відоме місце для проведення фестивалів та подібних заходів	Близькість житлових будинків

Джерело: розроблено автором

4. ВДНГ

Національний комплекс «Експоцентр України» — єдина державна виставкова установа України, організатор міжнародних та національних виставок, ярмарків та фестивалів [12].

Визначення основних плюсів та мінусів даної локації можна переглянути у табл. 2.6

Таблиця 2.6

Переваги та недоліки для проведення міжнародного музичного фестивалю на ВДНГ

Переваги	Недоліки
Зручна інфраструктура, поряд метро та громадський транспорт	Розвести з однієї точки з комфортом велику кількість відвідувачів буде практично неможливо
Досвід проведення міжнародного музичного фестивалю на своїй території	Складність організувати захід на великій території (потребує залучення великої кількості персоналу)
Велика кількість паркувальних місць поряд з локацією	Віддаленість від центру міста
Можливість використовувати усі можливі піротехнічні засоби для розваг	Велика ймовірність того, що захід не зможе окупитися та не зможемо залучити достатню кількість людей
Наявність готової технічної бази та персоналу для організації івенту	Застаріла технічна база може вплинути на якість звуку
Можливість розміщення власного кемпінгу	Залежність від погодних умов

Джерело: розроблено автором

Зважаючи на ситуацію у світі, пов'язану з пандемією, очевидним та правильним було обрати локацію серед відкритих майданчиків. Проаналізувавши усі можливі майданчики для проведення фестивалю, раціональним варіантом було обрано «Арт-завод Платформа».

Серед трьох open-air варіантів, де були проаналізовані переваги та недоліки, «Арт-завод Платформа» є одним з найкращим для організації першого міжнародного музичного фестивалю. «Платформа» має як відкриту площадку для проведення фестивалю, до 60 тис. м², так і закриті майданчики до 16 тис. м² [1]. Локація має досвід проведення великої кількості музичних івентів, різних масштабів.

Для відвідувачів фестивалю велику роль відіграє наявність фуд-кортів. Адже на закритій території має бути все для комфортного знаходження людей протягом усього дня. Саме «Арт-завод Платформа» має проект «Вулична їжа», який відомий усім поціновувачам їжі на відкритому майданчику. Тому, це має великий плюс для відвідувачів та організаторів фестивалю. Як для організаторів фестивалю, буде зручно делегувати розміщення фуд-кортів саме керівництву «Арт-заводу Платформа».

До локації зручно дістатися як власним транспортом, так і громадським. Незважаючи на віддаленість від центру, до місцезнаходження обраного майданчику є пряма гілка метро, що прямує з центру міста. Біля самого місця, де буде проводитися фестиваль є велика загальнодоступна безкоштовна парковка, яка має 1600 місць.

Усі наявні недоліки, які були виділені у таблиці, не вплинуть на якість проведення фестивалю. У випадку непогоди, можна буде перечекати у закритих майданчиках локації, де для відвідувачів також можна організувати зони відпочинку та розваг. Відкрита територія дозволить залучити піротехнічні варіанти для розваг відвідувачів, що дозволить створити більш святкову атмосферу. Обмежена місткість майданчику дозволить організаторам звернути увагу на деталі, зберегти керованість проведення фестивалю. На території локації якраз можна помістити одну-дві сцени, що

дозволить згодом виправити помилки і тоді продовжити масштабувати фестиваль далі. Це може бути чудовим способом поступового нарощування потужності та отримання досвіду. До речі, вже відомий міжнародний музичний фестиваль Atlas Weekend саме на цій платформі розпочинав свою діяльність, що може послужити гарним прикладом.

2.2. Дослідження ринку міжнародних музичних фестивалів у туристичній дестинації

Саме у столиці України організуються одні з наймасштабніших міжнародних музичних фестивалів. На них запрошують як й світових зірок, так і топових українських артистів. Серед відомих музичних фестивалів, які проводяться на туристичній дестинації Київ, можна виділити такі як: UPark Festival, Atlas Weekend, Білі Ночі та Hedonism Festival

Для першого порівняння фестивалів вирішено обрати такі критерії як ціна квитка на один день фестивалю, абонемент на усі дні та VIP-квиток на один день фестивалю. Квиток на один день – дає право відвідування одного дня фесту. Абонемент на всі дні – право входу на територію фестивалю протягом всього періоду. VIP-квиток– дає право пріоритетного входу та має власні переваги на кожному з фестивалів на один день. Дані на рис. 2.1 наведені за 2019 рік.

Для таких фестивалів як Білі Ночі та Hedonism Festival доступні квитки лише у двох варіантах: на один день або на усі дні фестивалю.

Найнижчу ціну для квитка у 550 грн на один день можна побачити на Hedonism Festival. Це зрозуміло, адже фестиваль не масштабний та не мав великого розголосу. Найбільшу ціну у 1499 грн за один день необхідно було віддати на UPark Festival. Фестиваль досить відомий та щорічний, тому ціна відповідає.

За абонемент на усі дні найменше у 2019 році можна було віддати на фестивалі Білі Ночі. Це можна пояснити тим, що фестиваль лише дводенний,

тому ціна у 900 грн за квиток виправдана. Найбільшу вартість за усі дні фестивалю має UPark Festival. Фестиваль проходить 3 дні, проте через його велику масштабність та виступи великих зірок сучасності, ціна квитка зростає в рази та становить 3499 грн.

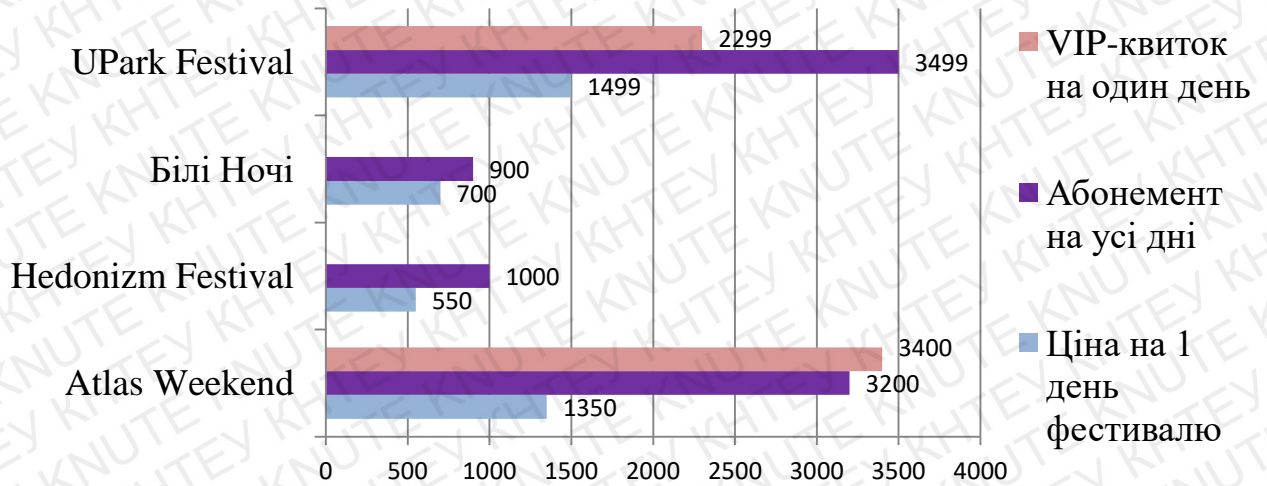


Рис. 2.1. Порівняння цін квитків на фестивалях, що проводяться туристичній дестинації Київ, грн

Джерело: розроблено автором за [13,14,17,29]

Для VIP-квитка на один день фестивалю найвища ціна є на Atlas Weekend. Ціна у 3400 грн включає в себе право пріоритетного входу наВДНГ без черги, місце на парковці, доступ до окремої зони біля сцени з розширеним баром та фудкортом [4].

Для UPark Festival ціна становить 2299 грн. За наявності такого квитка існує окремий вхід на територію фестивалю. Квиток дає право відвідування VIP-зони, басейни, фан-зони, фудкорту, місць загального користування. Простора відокремлена територія зі своїми баром, рестораном, басейном, шезлонгами, парасольками, пуфами та кальянами на території Sky Family Park, де проводиться фестиваль [10].

Наступним було досліджено орієнтовну вартість за кожного виконавця, якого може побачити відвідувач на фестивалі. На платівках зображена максимальна кількість артистів, що виступали на фестивалі в 1 день та

мінімальна вартість квитка на 1 день. Далі було прораховано середню вартість виступу одного виконавця. Усі дані зображені на рис. 2.2 виведені за 2019 рік.



Рис. 2.2. Середня вартість за виступ кожного артиста на фестивалях, що проводяться у туристичній дестинації Київ, грн

Джерело: розроблено автором за [3,7,25,42]

Розрахунки показали, що мінімальну вартість виступу одного артиста була на Hedonism Festival. Віддаючи 550 грн за квиток на фестивалі, відвідувач може за один день побачити максимум 20 артистів. При цьому виступ кожного артиста, якого він зможе послухати, коштувало 27.5 грн.

На фестивалі Білі Ночі вартість квитка на один день була 700 грн. Максимальна кількість артистів, яка виступала в один день - 25. Відвідувач заплатив орієнтовно 28 грн за виступ виконавця на фестивалі.

На фестивалі Atlas Weekend за один день фестивалю максимально програма була розрахована на виступ 39 артистів. Мінімальна вартість квитка на один склала 1350 грн. Підраховуючи, можна сказати, що за виступ одного виконавця відвідувач орієнтовно заплатив 34.61 грн.

Найдорожчим виступ одного артиста виявився на UPark Festival. Вартість квитка на один день складала 1499 грн та за цілий день фестивалю виступало лише 4 виконавця. Орієнтовно за кожного артиста відвідувач віддав 374.75 грн. При цьому відкриття входу на фестиваль було о 15:30 та програма була розрахована лише на чотирьох артистів.

Така відмінність між мінімальною та максимальною вартістю виступу спостерігається через те, що на усіх фестивалях, крім UPark Festival, існує декілька сцен. На них в один і той самий час можуть грати музиканти.

В той час як на території UPark Festival побудована лише одна головна сцена на якій послідовно відбуваються виступи артистів.

Додатково, можна відмітити те, що на усіх фестивалях, крім UPark Festival виступали артисти різного масштабу. На сцені можна було почути від Dj-їв та вітчизняних артистів до зірок світового масштабу. Коли як на UPark Festival було запрошено лише 4 артисти, які зазвичай збирають цілі стадіони закордоном.

Проаналізувавши усі фестивалі було визначено, що за найменшу вартість квитка, відвідувач може послухати максимальну кількість музикантів на Hedonism Festival.

За допомогою визначених критеріїв було виділено особливості сучасних міжнародних музичних фестивалів, які проводяться у місті Києві.

Зокрема серед цих критеріїв у таблиці 2.7 було проаналізовано: наявність власного сайту, наявність VIP-квитка, наявність кемпінгу, наявність більше однієї сцени, наявність укриття від непогоди (приміщень), день з вільним входом та власний мобільний додаток.

Серед усіх фестивалів, однозначним лідером є Atlas Weekend. Це зрозуміло, оскільки з усіх фестивалів він наймасштабніший та пропонує відвідувачу максимальну кількість переваг.

Таблиця 2.7

Порівняльна таблиця переваг фестивалів, що проводяться у туристичній дестинації

Назва фестивалю	Atlas Weekend	UPark Festival	Білі Ночі	Hedonism Festival
Критерії				
Власний сайт	✓	✓	✓	
Наявність VIP-квитка	✓	✓		
Наявність кемпінгу	✓			
Наявність більше однієї сцени	✓		✓	✓
Наявність укриття від непогоди(приміщень)	✓		✓	
День з вільним входом	✓			
Власний мобільний додаток	✓			

Джерело: розроблено автором

Критерій наявності VIP-квитка на фестивалі притаманний на таких фестивалях як Atlas Weekend та UPark Festival. Переваги для такого типу квитка для фестивалю Atlas Weekend організатори пропонують такі:

- 1) окремий VIP-вхід. Не потрібно стояти в загальній черзі для отримання браслета, прохід на фестиваль відбувається по Fast-line;
- 2) місце на окремому паркінгу, що охороняється для авто;
- 3) місце на спеціальній критій платформі біля головної сцени;
- 4) окремий бар з розширеною барною картою та фудкорт;
- 5) окремі вбиральні. Відвідувачі VIP-standing отримують право без черг користуватися окремими туалетами [20].

Переваги VIP-квитка на UPark Festival збігаються, проте можна виділити додаткові можливості. Серед них:

- 1) басейн та простора територія навколо нього;

2) більше фото-зон на окремій території фестивалю [17].

Можливість залишитися на ночівлю у кемпінгу для відвідувачів доступна тільки на Atlas Weekend. Територія фестивалю та її локація дозволяє виділити окрему зону для розташування кемпінгу.

Серед усіх виділених фестивалів більше однієї сцени на території можна побачити на Atlas Weekend, Білі Ночі та Hedonism Festival.

На Atlas Weekend розміщено цілих 10 сцен по всіх локації ВДНГ. Завдяки великій території сцени розташовані на достатній відстані, щоб не заважати одночасним виступам виконавців.

На фестивалі Білі Ночі помістилося 5 сцен з яких лунає музика. Зважаючи на досить невелику площадку для проведення фестивалю така кількість сцен є достатньо великою, проте організатори вдало розмістили їх на території.

На території Hedonism Festival, що відбувається на Трухановому острові, виступи музикантів можна було почути з 3 сцен.

Наявність укриття від змін погоди є на території фестивалів Atlas Weekend та Білі Ночі. На цих локаціях достатньо закритих приміщень, які дозволять забезпечити відвідувачів укриттям. Оскільки на інших фестивалях такі закриті площадки будують спеціально та їх може не вистачити на усіх. Зазвичай вони зустрічаються у вигляді натягнутих тентів, що може не забезпечувати комфортні умови.

День з вільним входом на фестиваль може дозволити собі не кожен організатор фестивалю. Оскільки фестиваль Atlas Weekend впевнено тримається на ринку, перший його день був безкоштовним. Так, наприклад, у 2019 році кількість відвідувачів такий день становила 159 810 людей [22].

Зокрема наступним можна виділити вагому перевагу Atlas Weekend, що активно розвивається та дозволяє слідкувати за ним за допомогою додатку. Для сучасної молоді, яка є більшістю серед відвідувачів фестивалю це дуже зручно. Замість паперових карт все можна знайти у мобільному додатку. Там зібрані усі оновлення, графіки виступу музикантів, на яких сценах їх можна

знайти та багато іншого. Тому для інших фестивалів, це може послужити чудовим прикладом для розвитку власного бренду фестивалю.

Загальна інформація про фестивалі представлена у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Загальна інформація проаналізованих фестивалів

Назва фестивалю	Рік заснування	Місце проведення	Тривалість, днів	Період проведення
Atlas Weekend	2015	Київ	6	Літо
UPark Festival	2016	Київ	3	літо
Білі Ночі	2015	Київ	2	літо
Hedonism Festival	2016	Київ	3	літо

Джерело: розроблено автором

Аналіз фестивалів, що проводяться у туристичній дестинації Київ показав, що всі вони були засновані у 2015-2016 роках. Тривалість фестивалів залежить від масштабності його проведення. Найбільший фестиваль, який наразі проводиться у місті Києві є «Atlas Weekend». Він триває 6 днів. Найменша тривалість фестивалю «Білі Ночі» та складає 2 дні.

Очевидно, що літо найсприятливіший період для проведення фестивалів, адже більша вірогідність залучити максимальну кількість відвідувачів. Таким чином, усі проаналізовані фестивалю проводяться влітку.

2.3. Стейкхолдери проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Стейкхолдери проекту – це особи чи організації, що активно беруть участь у проекті, чи чий інтереси можуть впливати на результати виконання чи завершення проекту. Учасники також можуть впливати на цілі і результати проекту. Команда управління проектом повинна ідентифікувати учасників проекту, визначати їх вимоги і очікування. Наскільки це можливо,

команда має управляти їх впливом на вимоги для того, що забезпечити успішне завершення проекту [9].

Зважаючи на важливість визначення впливу стейкхолдерів, було проведено опитування потенційної аудиторії. Анкету згідно якої проводилися дослідження подано у додатку В. Таким чином було виявлено профіль споживача та його вподобання. Це може послужити вагомою базою для планування івенту

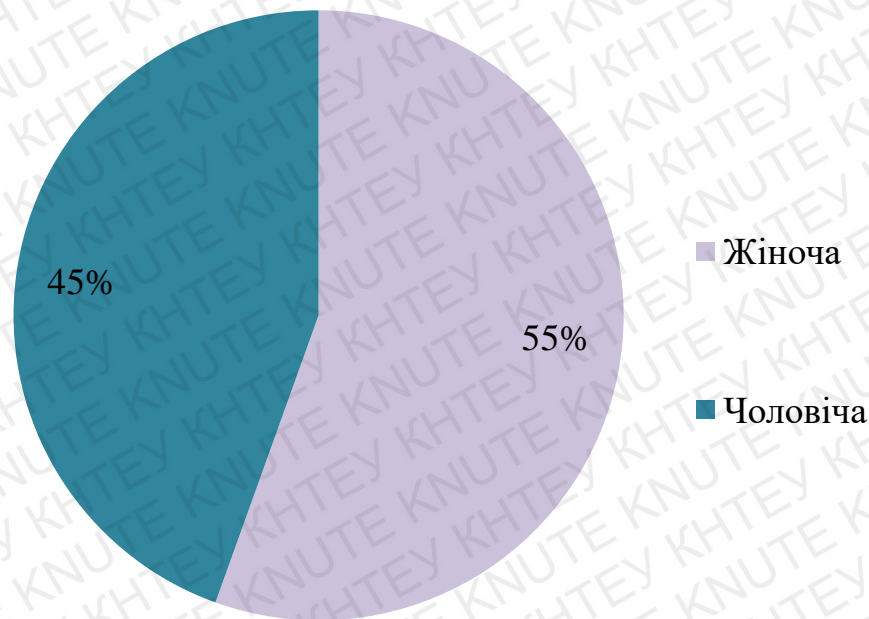


Рис 2.3 Розподіл учасників опитування за статтю, %

Джерело: розроблено автором

В опитуванні взяли участь 45 людей, які заповнили відповідну анкету. На рис 2.3 можна побачити, що 20 осіб, які складають 45% - це чоловіки. 25 осіб, що включають інші 55% - це жінки.

На рис. 2.4 визначено вік учасників, які брали участь в анкетуванні.

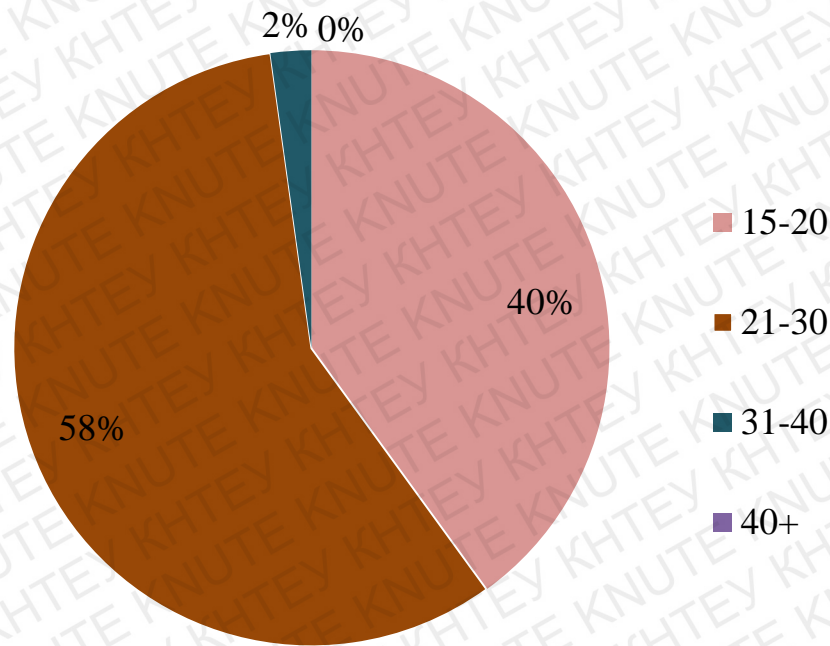


Рис 2.4 Розподіл учасників опитування за віком, %

Джерело: розроблено автором

Найбільшу частину опитуваних складають 26 осіб, які займають 58% та мають вік від 21 до 30 років. Наступною ваговою групою учасників є 18 осіб, що займають 40% та мають вік від 15 до 20 років. Останньою групою є 1 особа віком в діапазоні 31-40 років.

На рис 2.5 відображено графік, який поділений на стилі музики, що найчастіше слухають учасники опитування. Серед лідерів стилів виявився рок, що зайняв 36%. Наступним стилем виявився поп, який слухають 2% опитуваних. Серед усіх стилів також виділилися реп та електронна музика. Вони зайняли 9% та 11% відповідно серед учасників. Також 3% виявились шанувальниками джазу.

Для тих хто проходив опитування було запропоновано залишити власні варіанти найулюбленіших стилів музики. Ними виявились: панк, к-поп, trap, latino, інді та метал. Всі вони зайняли по 2% від загальної кількості відповідей.

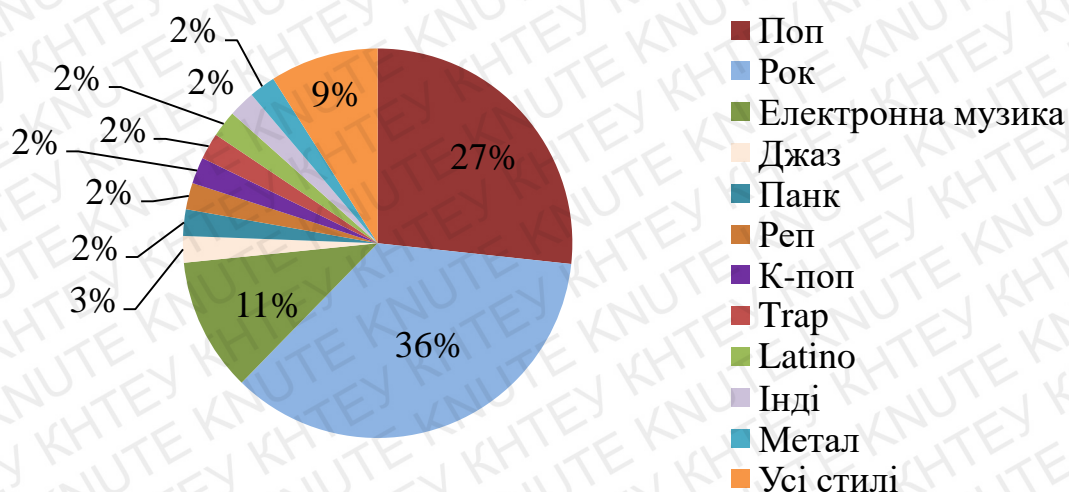


Рис 2.5 Розподіл відповідей респондентів щодо стилю музики, якому вони надають перевагу, %

Джерело: розроблено автором

На рис 2.6 учасники опитування обирали кращий майданчик для проведення музичного фестивалю. Найбільша кількість людей визначилися на варіанті майданчику ВДНГ, що відповідає 42% опитуваних. Наступним майданчиком, який міг послужити платформою для проведення це Sky Family Park. Його обрали 27% учасників.

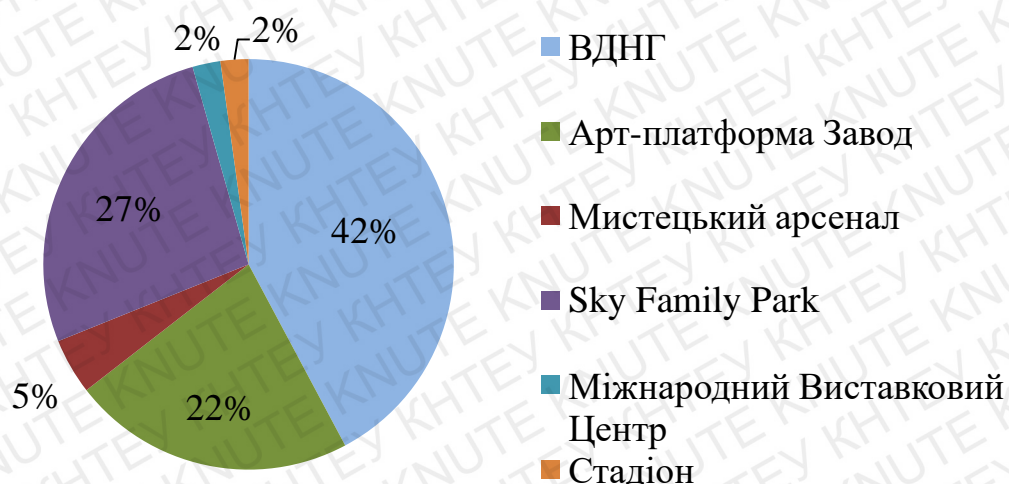


Рис 2.6 Розподіл відповідей респондентів щодо локації для проведення міжнародного музичного фестивалю, якій вони надають перевагу, %

Джерело: розроблено автором

Ще один майданчиком, якому надали перевагу 22% людей це Арт-платформа Завод. Такі локації як Мистецький Арсенал, Міжнародний Виставковий Центр та стадіон було обрано меншою кількістю учасників, в саме 5%, 2% та 2% відповідно.

На рис 2.7 учаснику опитування було запропоновано обрати, що насамперед він або вона зробить, коли прийде на територію фестивалю. У цьому питанні яскравого лідера виявлено не було. Проте найбільша кількість людей, а саме 16 осіб або 36%, обрали варіант розвідувати територію фестивалю.

Наступна група людей обрала варіант зайняти найкраще місце біля сцени. Саме 29% опитуваних бажають побачити своїх улюблених музикантів найближче.

24% осіб вирішили, що першою справою вони підкріпляться та придбають напої біля фудкорта.

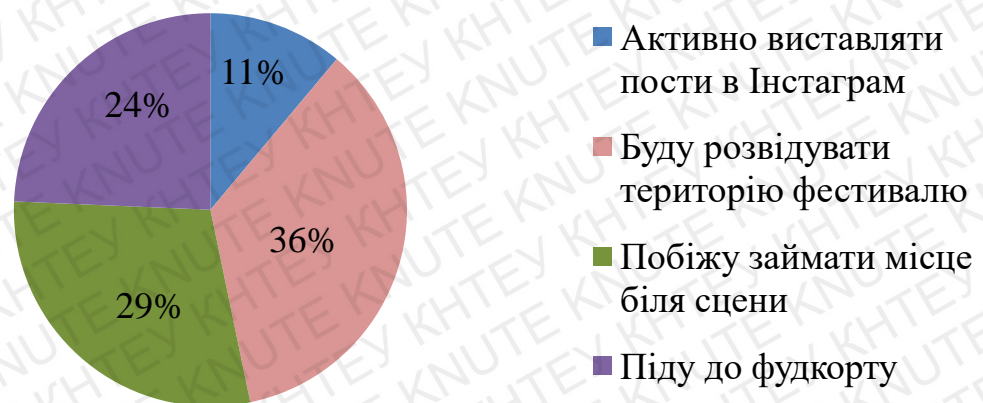


Рис 2.7 Розподіл відповідей респондентів щодо їх перших дії під час відвідування міжнародного музичного фестивалю, %

Джерело: розроблено автором

Незважаючи на постійне використання молоддю соціальних мереж, лише 11% з усіх опитуваних одразу вирішили поділитися новиною про відвідування фестивалю.

На рис. 2.8 учасники опитування мали визначитися з місцем ночівлі після фестивалю. Найбільше осіб вирішили не спати після фестивалю, а саме 31% та бажали продовжити відпочивати в іншому місці.

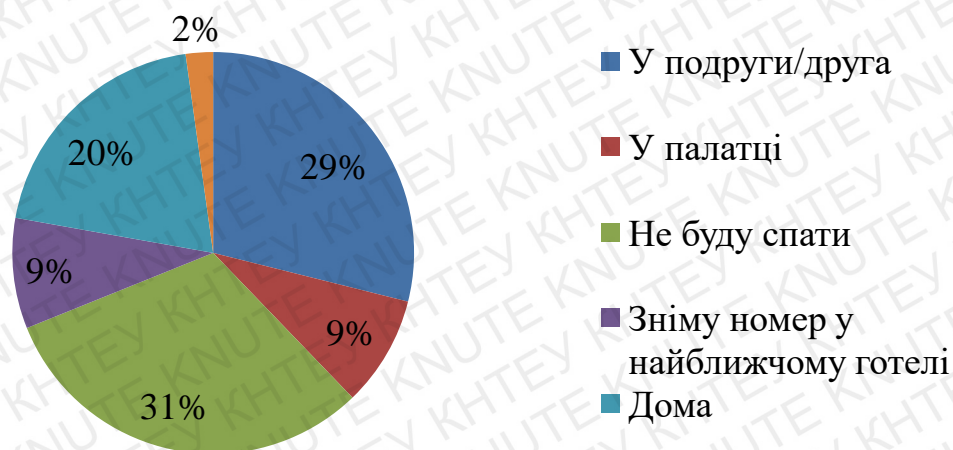


Рис 2.8 Розподіл відповідей респондентів щодо місце, яке вони обирають для ночівлі після відвідування міжнародного музичного фестивалю, %

Джерело: розроблено автором

Також 29% потенційних відвідувачів фестивалю обрали варіант ночівлі у подруги або друга. Це можна пояснити тим, що компанії друзів, повертаючись з фестивалю, можуть викликати одне таксі на всіх. Таким чином економлячи на проїзді, вони можуть залишитися на ніч в одного друга.

20% людей вирішили після фестивалю вирушити додому на ночівлю, що і позначили це в опитуванні.

Також деякі учасники обрали варіант ночівлі у палатці, розраховуючи на наявність кемпінгу на території фестивалю. Серед усіх ця група зайняла 9%. Така сама кількість відсотків учасників визначилися з тим, що орендують готельний номер неподалік локації, де проводиться фестиваль.

Одна людина також виділила варіант ночівлі у гуртожитку. Оскільки більшість відвідувачів фестивалю можуть бути студентами, цей варіант є актуальним.

На рис. 2.9 були запропоновані музиканти різних стилів. Учасники потрібно було обрати або запропонувати свій варіант виконавця, якого він хотів би слухати на музичному фестивалі найбільше або запропонувати власний варіант.

Лідером голосування стала рок-група Imagine Dragons, яку обрали 36% опитуваних. Наступного виконавця за голосами обрали ASAP Rocky. Він є представником жанру американського хіп-хопу та репу, що до вподоби 19% опитуваних.

17% учасників обрали б співачку LP для виступу на фестивалі. Вона виконує пісні у стилі інді-рок, поп-рок та альтернативний рок.

Цікаво було дізнатися думку про вітчизняних виконавців, тому був запропонований Олег Винник, як яскравий представник. 9% з тих, хто проходив опитування, бажали б бачити й українських музикантів на сцені фестивалю.

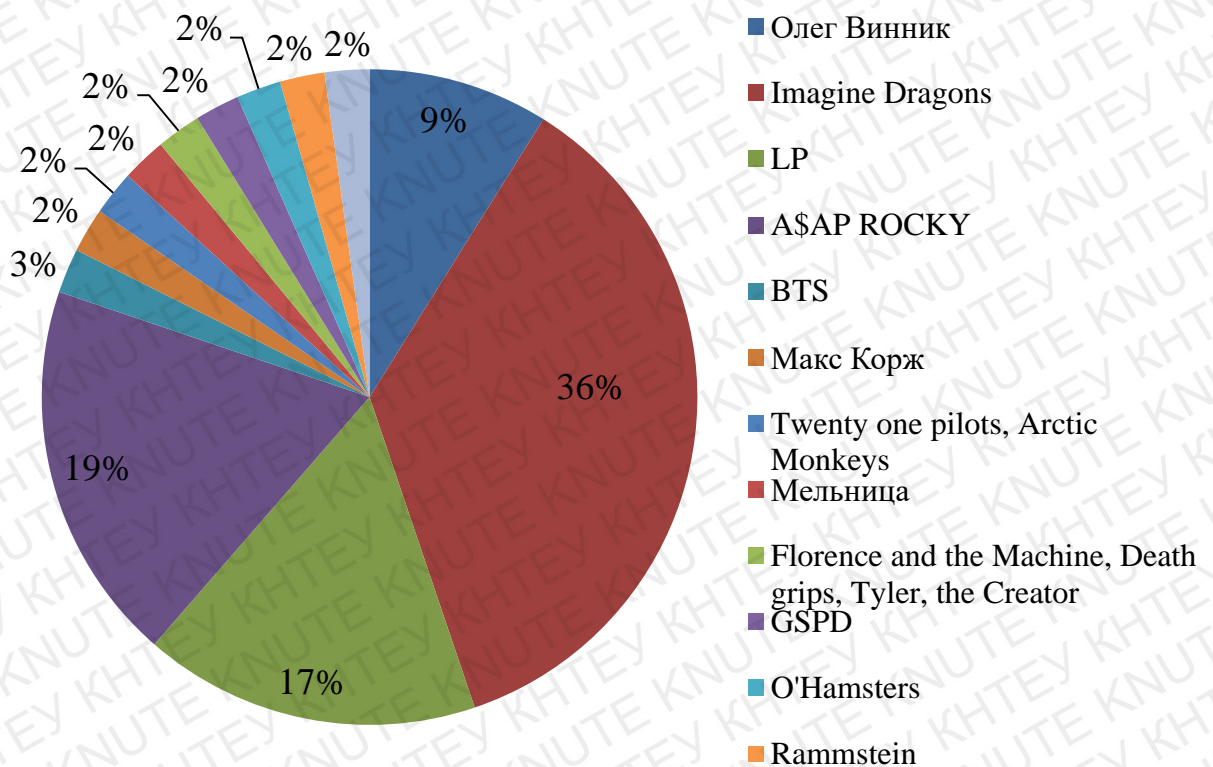


Рис 2.9 Розподіл відповідей респондентів щодо музиканта, якого вони б обрав для відвідування міжнародного музичного фестивалю, %

Джерело: розроблено автором

Деякі учасники опитування також окремо виділили виконавців інших напрямів музики. Наразі дуже популярний стиль к-поп, який об'єднує безліч стилів поп-музики та відомим представником якого є група BTS. Її обрали 3% осіб. Також серед запропонованих варіантів були такі виконавці як Макс Корж, Florence and the Machine, Death grips, Tyler, the Creator, GSPD, O'Namsters, Михайло Поплавський, гурт «Мельница» та Rammstein. Цих учасників обрали по 2% респондентів .

На рис. 2.10 учасники мали визначитися скільки вони готові віддати за білет на фестиваль (на один день).

21 учасник або 47% обрали варіант від 500 до 1000 грн за квиток, що є середньою ціною, порівняно з іншими фестивалями.

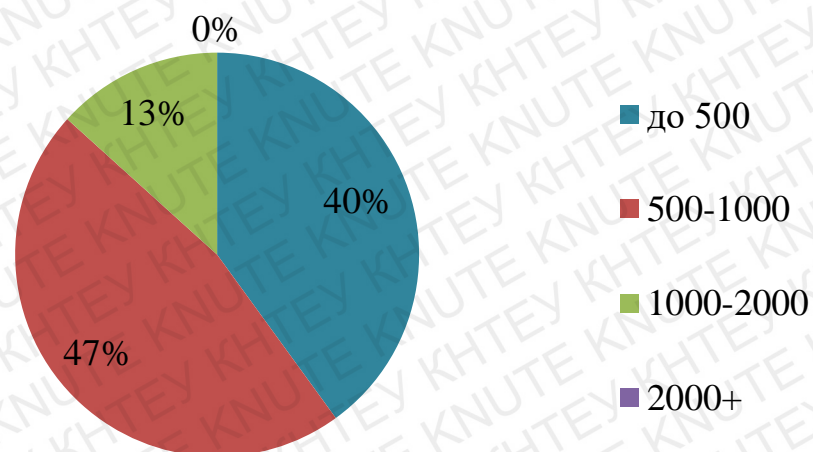


Рис 2.10 Розподіл відповідей респондентів щодо вартості вхідного квитка, яку вони готові сплатити під час відвідування міжнародного музичного фестивалю, %

Джерело: розроблено автором

До 500 грн за вхідний квиток обрали 40% осіб. Оскільки більшість учасників були студенти, на фестиваль вони готові витратити меншу суму. Також 13% вважають ціна від 1000 до 2000 грн є виправданою.

Варіант з ціною більше ніж 2000 грн не був обраним жодним учасником опитування. Ця сума може відповідати VIP-квитку, тому за таку ціну квитків відповідно може бути продано менше.

На рис 2.11 відображено розподіл відповідей респондентів щодо видів їжі, якій вони нададуть перевагу на музичному фестивалі.

Безперечним лідером виявився фаст-фуд. Його обрали 84% учасників опитування. Вибір зрозумілий, оскільки це кращий спосіб швидко та відносно бюджетно поповнити енергію.

На наступному місці виявилася здорова їжа, проте лише 9% опитуваних зупинилися на цьому варіанті. Але зважаючи на це, є важливим розміщення фуд-кортів з правильною їжею.

Міні-ресторан на території фестивалю вибрали 7% опитуваних. Серед фуд-кортів такого типу можуть бути різні кухні світу. Ресторан такого типу може мати вже власну огорожену територію та сидячі місця. Це дозволить відвідувачам більш комфортно розміститися.

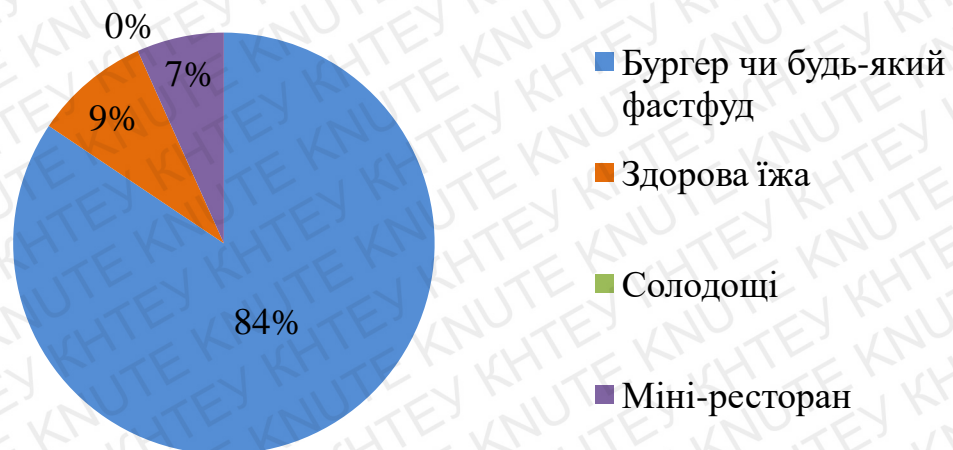


Рис 2.11 Розподіл відповідей респондентів щодо їжі, якій вони віддадуть перевагу під час відвідування міжнародного музичного фестивалю, %
Джерело: розроблено автором

Вибір солодоців не був затребуваним для жодного учасника опитування. Проте фуд-корти такого типу можуть зайняти невелику частину та пропонувати відвідувачам оригінальні десерти. Наприклад, з емблемами фестивалю, що може спонукати людей купувати їх для цікавих фотографій.

Зважаючи на відповіді респондентів анкети, орієнтовний профіль відвідувача фестивалю буде людина:

- 1) \approx 22 роки;
- 2) що обирає для себе рок або поп стиль для прослуховування;
- 3) уявляє проведення фестивалю наВДНГ;
- 4) як тільки розпочинається фестиваль, буде вивчати його територію;
- 5) розраховує на фестиваль на всю ніч;
- 6) бажає почути музикантів світового масштабу;
- 7) готова віддати до 1000 грн за квиток;
- 8) яка надасть перевагу фастфуду на фестивалі.

Виходячи з цього, опитування дозволило зрозуміти який вік найбільшої частини потенційної аудиторії, її вподобання у музичних стилях. А також дозволяє визначити вартість квитка, яку готові сплатити при відвідуванні фестивалю.

Таким чином, для організаторів міжнародного музичного фестивалю склалася картина, що дозволяє вивчити портрет споживача

Висновки до розділу 2

1. У розділі було визначено ресурсний потенціал дестинації, де буде проводитися фестиваль. Для аналізу були обрані такі закриті майданчики як Міжнародний Виставковий Центр, Мистецький арсенал та відкриті локації: Південний Берег Києва (ЮБК), Sky Family Park, Арт-завод Платформа таВДНГ. Були визначені переваги та недоліки кожної з локацій. У додатку Б були представлені фото обраних майданчиків.

2. Наступним було досліджено ринок фестивалів. До уваги взяли міжнародні музичні фестивалі, які проводилися у місті Києві різного масштабу. Серед цих фестивалів були виділені UPark Festival, Atlas Weekend, Білі Ночі та Hedonism Festival. Першим критерієм було порівняння цін на квитки, серед яких була ціна на квиток за 1 день, абонемент на усі дні та VIP-квиток на один день фестивалю.

3. Було проведено дослідження середньої вартості кожного виконавця. За допомогою цього можна зрозуміти скільки в середньому коштує вартість виступу одного артиста для відвідувача фестивалю.

4. Також було проведено порівняння виділених вище фестивалів за такими критеріями як: наявність VIP-квитка, наявність кемпінгу, наявність більше однієї сцени, наявність укриття від непогоди (приміщень), день з вільним входом, власний мобільний додаток.

5. Додатково було проведено опитування, що дало зрозуміти, який профіль споживача, що буде переважати на фестивалі. За допомогою цього організаторам можна зрозуміти на яку аудиторію та які особливості орієнтуватися при організації івенту.

Можна зробити висновок, що потенційний відвідувач буде зацікавлений у фестивалі, якщо організатор виправдає очікування, які були виділені в опитуванні, а також запропонує те, що відрізнить фестиваль від інших. Наприклад, своя власна концепція, оригінальна подача, благодійна мета або виступ артиста, який ніколи не приїжджав до України.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТ МІЖНАРОДНОГО МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ У ТУРИСТИЧНІЙ ДЕСТИНАЦІЇ «КИЇВ»

3.1. Концепція проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Концепція дозволяє визначити єдиний задум проекту. У концепції проекту повинна бути зазначена мета його створення, цільова аудиторія та кроки, спрямовані на досягнення мети. На кожному етапі розробки концепція послідовно деталізується. Саме тому важливо задати вірний вектор на самому початку шляху.

Назва для міжнародного музичного фестивалю була обрана як «Kyiv Music Fest».

Для початку необхідно визначити мету проекту. Як для івент-організації, яка зацікавлена у проведенні вигідного фестивалю, метою є те, щоб захід відвідало якомога більше глядачів та щоб серед цих глядачів були як іноземці, так і туристи.

Для цього необхідно прорахувати та визначити: де буде відбуватись фестиваль, коли та на кого він буде орієнтований. Для проведення фестивалю було обрано майданчик Арт-Завод «Платформа», що знаходить біля метро «Лісової» на лівому березі Києва. Додатково для повного уявлення картини фестивалю, був розроблений логотип який представлений на рис. 3.1 та фото сайту у додатку Г.

На майданчику проводилася велика кількість музичних івентів. Це може сказати про орієнтованість та готовність локації для організації подібного роду заходу.

На локації вільно можна буде розмістити одну головну сцену. Це дозволить правильно розділити територію та урізноманітнити програму заходу. Майданчик дозволяє розмістити зону фудкортів, що є обов'язковим

для подібного музичного заходу та дозволяє організаторам мати більше варіантів поповнити бюджет.



Рис. 3.1. Візуалізація логотипу «Kyiv Music Fest»

Джерело: розроблено автором

До самої локації зручно дістатися як власним транспортом, так і громадським. Сам майданчик знаходиться біля метро та має велику загальнодоступну безкоштовну парковку.

Можливість організування зон відпочинку у закритих майданчиках також дає перевагу.

Дату фестивалю обрано 26-27 червня 2021 року. Щорічно саме в останню неділю червня відзначається день молоді в Україні. У наступному році це 27 червня. Міжнародний музичний фестиваль у день молоді може слугувати варіантом для його святкування. Організація івенту у цей день дозволить привернути увагу більшої кількості молоді. Заклики «Святкуй день молоді з нами!» на сторінках соціальних мереж івенту та на інформаційних матеріалах зможуть виділити захід з усіх інших.

Важливо також виділити цільову аудиторію фестивалю, що дозволить визначити людей, які потенційно зацікавлені у відвідуванні фестивалю та придбанні квитка. Серед цільової аудиторії міжнародного музичного фестивалю було визначені такі групи людей:

- 1) Школярі (15-17 років) - навчаються, не мають свого джерела доходу;
- 2) Студенти (17-22 роки) – люди, що навчаються, молоді люди, які ведуть активний спосіб життя. Як правило, найбільш інформована категорія про заходи, що відбуваються у місті. Така аудиторія веде активну діяльність у соціальних мережах;
- 3) Пари – люди, які шукають місце, де можна провести час разом, мають визначений бюджет на витрати;
- 4) Компанії друзів (до 30-40 років) – в пошуках місця, де б зустрітися, весело провести час, мають постійний дохід;
- 5) Фанати визначеного стилю музики – цінителі певного жанру, які приходять на фестиваль, щоб послухати та побачити улюбленого артиста. Зазвичай така категорія зацікавлена відвідувати фестивалі групами. Інформація про виступ улюбленого виконавця швидко розповсюджується в їх кругах.

Знаючи портрет своєї аудиторії, можна вже грамотно будувати рекламну кампанію по залученню відвідувачів.

Для участі у фестивалі було обрано 19 учасників з таких країн як: Україна, США, Великобританія, Німеччина та Фінляндія, які представлені у табл. 3.1. Для того, щоб максимально врахувати вподобання всіх відвідувачів фестивалю, було запрошено виконавців, що виступають в різних жанрах музики.

Досить важливо визначити учасників, яких ми можемо запросити для фестивалю та які будуть цікаві для потенційних відвідувачів. За основу взято інформацію з проведеного опитування. Респонденти залишали власні варіанти виконавців, яких би вони послухали. У табл. 3.1 виділено основні

стилі музики, які цікаві молоді та музиканти яких є більша вірогідність запросити на фестиваль.

Таблиця 3.1

Учасники міжнародного музичного фестивалю «Kyiv Music Fest»

Країна	Учасник	Стиль виконання
Україна	Michelle Andrade	Поп-музика
	Олег Винник	Поп-музика
	Іван Дорн	Фанк, танцювальна музика
	DJ Burzhuy	Хаус, клубна музика
	Pianoboy	Рок; Інді-рок; Поп-рок
	5 Vymir	Психоделіка
	Kalush	Хіп-хоп
	Yarmak	Хіп-хоп та реп
	O'hamsters	Рок
	Karna	Ню-метал, альтернативний рок, етно-рок
	Ольга Полякова	Поп-музика
	Марія Чайковська	Фолк
США	Twenty one pilots	Електропоп, Інді-поп, Попрок, Реп-рок, Альтернативний рок
	Hundredth	Рок
Великобританія	Arctic Monkeys	Рок
	Flux pavilion	Дабстеп, Електро-хауз
	Yungblud	Альтернативний рок
Німеччина	David August	Електронна музика, Фолк
Фінляндія	Battle Beast	Рок, метал

Джерело: розроблено автором

Орієнтуючись на відповіді респондентів опитування, було обрано відповідну кількість артистів. 36% учасників обрали такий стиль як рок. Тому серед запрошених музикантів 6, що виконують пісні у стилі рок. Серед них є такі українські музиканти як Pianoboy, Karna, O'hamsters та виконавці з США – Hundredth, Великобританія- Yungblud та Фінляндія - Battle Beast.

27% варіантів відповідей в опитуванні було на перевагу жанру поп-музики. На фестиваль запрошено 5 учасників, пісні яких переважно виконуються у стилі поп та похідних. Серед них українські музиканти такі

як Michelle Andrade, Олег Винник та Ольга Полякова. Та іноземні гуртт з США - Twenty one pilots та Великобританії - Arctic Monkeys.

11% учасників опитування слухають електронну музику. Для виконання цього жанру на фестивалі, буде запрошено 5 музикантів та гуртів. Виступи виконавців будуть у стилі електро-хаус, електро-рок та дабстеп. Серед них українські музиканти такі як Іван Дорн, DJ Burzhuu та гості з Австралії – Pendulum, Великобританії - Flux pavilion та Німеччини - David August.

9% респондентів також обрали такий жанр музики як реп та бажають почути його на фестивалі. Тому на фестиваль було запрошено 2 українських виконавця Yarmak та гурт Kalush, що зможуть виконати свої пісні у стилі хіп-хоп.

Музикант Марія Чайковська з України буде виконувати пісні у стилі фолк, що пов'язаний з традиційною народною музикою.

Наступним важливим кроком до організації фестивалю є створення його програми. Програма включає в себе послідовний розклад виступів музикантів, ведучих та перерви. Притримуючись плану дій, організаторам буде зрозумілий розвиток подій.

Оскільки фестиваль розділений на 2 дні, програма виступів учасників була також поділена. Програма виступів є орієнтовною, можливі внесення змін, ближче до дати проведення. Розклад подій на 26.07.2021 висвітлена у таблиці 3.2.

На перший день фестивалю заплановано виступ 9 учасників. При відкритті фестивалю ведучі на головній сцені зможуть представити відвідувачам мету фестивалю, його завдання. Зробити наголос, що фестиваль є міжнародним та з яких країн в цей день будуть виступати музичні гості. Під час відкриття фестивалю також заплановані виступи організаторів, спонсорів та партнерів, які є зацікавленими особами у проведенні фестивалю. В цей час розпочинають роботу бари та зони фудкортів, відбувається відкриття фотозон.

З 12:00 до 23:30 відбуваються заплановані виступи усіх учасників фестивалю.

Таблиця 3.2

Програма фестивалю «Kyiv Music Fest» на 26.07.2021

Час	Подія
11:00-12:00	Відкриття фестивалю
12:00-13:00	Виступ DJ Burzhuу
13:00-14:00	Виступ Karna
14:00-14:30	Перерва
14:30-15:30	Виступ David August
15:30-17:00	Виступ Марії Чайковської
17:00-18:00	Виступ 5 Vumir
18:00-19:30	Виступ Ольги Полякової
19:30-20:00	Перерва
20:00-21:00	Виступ Kalush
21:00-22:00	Виступ Yungblud
22:00-23:30	Виступ гурту Arctic Monkeys
23:30-23:45	Закриття фестивалю

Джерело: розроблено автором

Перерва передбачає собою підготовку сцени до наступного виконавця та відпочинок для відвідувачів. У цей час має грати фонова музика, яка дозволить відвідувачам сконцентрувати увагу на решті території фестивалю.

Основним хедлайнером цього дня фестивалю буде виступ британського гурту Arctic Monkeys. Музиканти гурту у своїй творчості поєднують різні стилі і напрямки музики, серед яких основними є інді-рок, психоделічний рок, гаражний рок та пост-панк [24].

Вони також були запрошені на інтерв'ю на багатьох американських шоу та виступи на преміях.

Закриття фестивалю передбачає собою подяку для усіх відвідувачів, що обрали фестиваль від ведучих.

На наступний день програма виступів учасників представлена у таблиці 3.3. На другий день фестивалю заплановано виступ 10 учасників.

Саме в цей день відбувається святкування дня молоді, тому очікується більша кількість відвідувачів.

Таблиця 3.3

Програма фестивалю «Kyiv Music Fest» на 27.07.2021

Час	Подія
10:00-11:00	Відкриття фестивалю
11:00-12:00	Виступ O'hamsters
12:00-13:00	Виступ Michelle Andrade
13:00-14:00	Виступ Flux pavilion
14:00-15:00	Виступ Іван Дорн
15:00-15:30	Перерва
15:30-16:40	Виступ Олег Винник
16:50-17:50	Виступ Pianoboy
17:50-18:30	Перерва
18:30-19:30	Виступ Yarmak
19:30-20:30	Виступ Hundredth
20:30-21:30	Виступ Battle Beast
21:30-23:00	Виступ гурту Twenty one pilots
23:00-23:15	Закриття фестивалю

Джерело: розроблено автором

Останній день фестивалю розпочинається о 10:00. Учасники були підібрані так, щоб під час проведення всього періоду на фестивалі, відвідувачі могли почути усі представлені стилі музики.

Відкриття фестивалю буде супроводжуватися виступами ведучих та спонсорів. Аналогічного першому дню фестивалю розпочинають роботу бари, зони фудкортів та здійснюється відкриття фотозон.

На фестивалі відвідувачі можуть побачити кілька точок, де буде представлена атрибутика для фотографування в ролі музикантів різних напрямків: від поп-музики до важкого металу.

Наприклад, одна з кількох фото зон буде виглядати таким чином:

Фото в стилі «Heavy Metal» являє собою набір одягу в стилі металістів 80-х років, а саме: шкіряна куртка «косуха» з нашивками рок-гуртів, темні окуляри, ланцюги, перуки з довгими пасмами волосся, браслети з шипами. Можна буде взяти в руки V-образну гітару, сісти за барабан або ж відчути себе фронтменом і взяти в руки стійку з мікрофоном. Декорації будуть виглядати у вигляді невеликої музичної сцени. Фотографію можна буде

зробити самому на свій фотоапарат або ж замовити професійні кадри у фотографа. Аналогічно на фестивалі будуть фотозони пов'язані з кожним представленим стилем музики.

З 11:00 до 23:00 відбуваються заплановані виступи усіх учасників фестивалю. Хедлайнером цього дня фестивалю було обрано поп-гурт Twenty one pilots. Гурт є володарем премії Груммі за платівку Blurryface. При цьому пісня Stressed Out, яка стала саундтреком до фільму «Загін самогубців», принесла їм ще одну перемогу в номінації «Кращий поп-дует» [23].

Закриття фестивалю передбачає собою вдячність для усіх відвідувачів та вітання з днем молоді. Додатково в цей час для відвідувачів фестивалю буде організоване шоу з використанням піротехнічних засобів.

Програма фестивалю може бути оголошено і поширюватися заздалегідь, до розповсюдження квитків. Але також для збереження зацікавленості аудиторії, частина програми може зберігатися в таємниці. Наприклад, можна тримати у таємниці декількох виконавців. Інтрига може сприяти постійному обговоренню фестивалю у соціальних мережах.

Достатньо насичена програма дозволяє тримати увагу аудиторії. При цьому відвідувачі можуть спокійно відпочивати на усій території фестивалю, в тому числі й на закритих майданчиках.

Таким чином, фестиваль «Kyiv Music Fest» може сприяти поліпшенню стану подієвого туризму, музичної спрямованості в місті Києві. Організація подібних фестивалів в свою чергу, в майбутньому зможе стати однією з основних галузей розвитку економіки регіону.

3.2 Ефективність проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації

Для початку необхідно визначити орієнтовний бюджет фестивалю, що зможе дати зрозуміти на яку фінансову подушку ми можемо спиратися та

джерела надходження фінансів. Фінансування на створення фестивалю передбачається з особистих коштів організаторів, державних, місцевих та регіональних бюджетних джерел, а також залучення різних позабюджетних коштів. Додатково є можливість залучення грантової підтримки або допомоги волонтерів в особі студентів творчих професій. Для організації фестивалю був складений бюджет, який включає в себе:

- 1) кошти організаторів фестивалю, який складає 3 млн грн;
- 2) фінансова підтримка Міністерства молоді та спорту – 2,5 млн грн;
- 3) вклад Київської міської державної адміністрації – 2 млн грн;
- 4) підтримка спонсорів та інвесторів заходу – 8,5 млн грн.

Для залучення фінансової підтримки зі сторони спонсорів, були розроблені спонсорські пакети, які зазначені у додатку Д.

У системі організації проекту міжнародного музичного фестивалю, оцінка його ефективності є одним з найвідповідальніших етапів. Для оцінки ефективності та результативності створення і реалізації даного проекту, необхідно проаналізувати фінансову складову проекту через ряд наступних показників у таблиці 3.4. Зазначимо, що ціна оренди приміщень для проведення заходу та витрати на установку мобільних туалетних кабін вказано на 2 дні фестивалю.

Таблиця 3.4

Кошторис витрат для проведення фестивалю

Найменування витрати	Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн
1	2	3	4
Оренда і підготовка приміщень для проведення заходу	25 тис кв. м	80	2 000 000
Оренда сценічного обладнання та його монтаж, оплата для мастерів	-	-	600 000
Організація і підготовка приміщень для відпочинку та розваг	303 од.	-	150 000

Продовження табл. 3.4

1	2	3	4
Рекламна кампанія	-	-	1 542 000
Організація проживання учасників	42 осіб	-	1 100 000
Виготовлення квитків та інших пропускових документів	41 200 од.	-	88 000
Винагорода артистам за виступ	19	-	9 000 000
Витрати на виготовлення сувенірної продукції	16 000 од.	-	700 000
Витрати на службу парковки	1600 місць	-	Входить у вартість оренди
Витрати на установку мобільних туалетних кабін	200 кабін	600	120 000
Всього			15 300 000

Джерело: розроблено автором

Згідно табл. 3.4 необхідно виділити основні види витрат, що входить до таких блоків як: організація і підготовка приміщень для відпочинку та розваг, рекламна кампанія, організація проживання учасників, друк квитків та інших пропускових документів та витрати на виготовлення сувенірної продукції.

Організація і підготовка приміщень для відпочинку та розваг розподіляє витрати на:

- 1) оренду пуфиків для відпочинку відвідувачів фестивалю (300 шт) – 30 000 грн;
- 2) організація трьох фото-зон на території фестивалю (рок-зона, поп-зона, фото-зона для прихильників електронної музики) – 120 000 грн.

Рекламна кампанія включає в себе такі види витрат:

- 1) створення офіційного сайту фестивалю – 20 000 грн;
- 2) таргетована реклама заходу в Інстаграм і Фейсбук – 480 000 грн;

- 3) реклама на таких радіо-станціях як «Radio Roks», «Русское Радио Україна» – 200 000 грн;
- 4) просування та розміщення постів та нативної реклами на інтернет площадках – 260 000 грн;
- 5) витрати на утримання PR-команди – 250 000 грн;
- 6) витрати на друк та розповсюдження друкованого інформаційного матеріалу про фестиваль – 282 000 грн;
- 7) публікації у ЗМІ – 50 000 грн + співпраця на бартерних умовах.

Детальна інформація щодо розміщення нативної реклами відображена у додатку Е.

До організації проживання учасників входить:

- 1) придбання авіа-квитків для команди іноземних гостей фестивалю – 300 000 грн;
- 2) організація трансферу для іноземних гостей фестивалю (аеропорт-готель-фестиваль-готель-аеропорт) – 100 000 грн;
- 3) організація транспорту для українських учасників фестивалю – 200 000 грн;
- 4) організація проживання іноземних музикантів у готелі 4*, номери стандарт (розміщення по 2 людини), тривалість проживання – 2 доби – 400 000 тис;
- 5) витрати на харчування усіх учасників фестивалю – 100 000 грн.

Виготовлення квитків та інших пропускних документів включає в себе:

- 1) оренда обладнання для виготовлення та продажу квитків – 5 000 грн;
- 2) друк бейджиків для персоналу фестивалю, команд учасників (200 од.) – 1000 грн;
- 3) придбання браслетів для відвідувачів, учасників фестивалю та персоналу (41 тис од.) – 82 000 грн;

Витрати на виготовлення сувенірної продукції зосереджують в собі:

- 1) виготовлення брендovаних футболок з назвою «KyivMusicFest» (2 тис од. по 150 грн) – 300 000 грн;

- 2) замовлення брендovаних кепок «KyivMusicFest» (2 тис од. по 70 грн) – 140 000грн;
- 3) замовлення брендovаних бандан «KyivMusicFest» (1 тис од. по 40 грн) – 40 000 грн;
- 4) замовлення брендovаних плакатів «KyivMusicFest» (7 тис од. по 30 грн) – 210 000 грн;
- 5) замовлення брендovаних наклейок «KyivMusicFest» (2 тис од. по 1,5 грн) – 3 000 грн;
- 6) замовлення брендovаних значків «KyivMusicFest» (2 тис од. по 3,5 грн) – 7 000 грн.

Далі виділимо змінні витрати, які відображені в таблиці 3.5. До них відносяться: фотографи, ведучі, технічна група, адміністративний персонал, прибиральники, охоронці – тобто необхідна сфера обслуговування. Зазначимо, що ціна вказана за 2 дні проведення фестивалю.

Таблиця 3.5

Перелік змінних витрат для створення фестивалю «KyivMusicFest»

Найменування витрати	Кількість	Ціна, грн	Вартість, грн
Витрати на прибирання території	10	1200	20 000
Витрати на послуги приватного охоронного підприємства	25	5000	125 000
Ведучі	2	10000	20 000
Фотографи та відеографи	3	15000	35 000
Адміністративний персонал	100	1600	160 000
Непередбачені витрати	-	-	500 000
Всього			860 000

Джерело: розроблено автором

Непередбачувані витрати, що вказані у табл 3.5 можуть слугувати фінансовою подушкою у випадку форс-мажорних ситуацій, ймовірність яких може бути при організації фестивалю.

Прорахувавши всі витрати для створення фестивалю, загальна сума склала 16 160 000 грн.

Таким чином, ми можемо визначити вартість вхідного квитка. Планується, що фестиваль відвідає 40 000 тис людей за 2 дні. Для відвідувачів буде запропоновано 2 вида квитка: перший – на один день фестивалю, другий – абонемент на 2 дні. Тоді, собівартість квитка можна порахувати за формулою (3.1):

$$ЦК = \frac{В}{ЗВ}, \quad (3.1)$$

де ЦК – ціна квитка;

В – витрати на організацію фестивалю;

ЗВ – запланована відвідуваність.

Згідно формули (3.1) підставимо дані для визначення собівартості вхідного квитка:

$$ЦК = \frac{16\,160\,000}{40\,000} = 404 \text{ грн}$$

Отже, собівартість вхідного квитка склала 404 грн. Для отримання прибутку та страхування випадку не повної реалізації усіх квитків, необхідно додати маржу, яка буде складати 73,3%. Тоді, кінцева вартість квитка, яка буде визначена для продажу складе 700 грн.

Додатково необхідно прорахувати вартість абонементу на 2 дні. Він буде складати 60% від вартості відвідування фестивалю за весь період. Для цього необхідно додати вартість квитків за 2 дні, що складає 1400 грн та виділити 65% від цієї вартості. Вартість абонементу буде дорівнювати 910 грн.

Дохід від фестивалю складається від реалізації вхідних квитків, орендної плати від фуд-кортів, що розташовуються на території та продажу

сувенірної продукції. Тому необхідно прорахувати отримання всіх надходжень з вказаних джерел.

Передбачається, що продаж квитків на фестиваль в один день буде складати 10 000 шт, що складає 7 млн грн. А за 2 дні – 14 млн грн. Планується, що інші відвідувачі в кількості 10 000 тис придбають абонементи на 2 дні фестивалю. Вартість абонементу складає 910 грн. Виходячи з цього дохід від реалізації абонементів буде складати 9 100 000 грн. Загальна сума від виручки реалізації вхідних квитків буде складати 23 100 000 грн.

Дохід від орендної плати фуд-кортів можна поррахувати проаналізувавши середню плату на ринку. Середня оплата оренди під фуд-корті складає 110 грн за квадратний метр. Проте для розміщення фуд-корту на території фестивалю рентабельна сума буде 180 грн за кв. м. Для розміщення фуд-кортів на території проведення фестивалю виділяється 5 тис. кв. м. Виходячи з цього можна зробити висновок, що за оренду даної площі буде виручено 900 000 грн.

Дохід від реалізації сувенірної продукції, повинна перевищувати затрати на неї. Проте для повної реалізації товару, різниця між ціною та собівартістю повинна бути невеликою. У цьому випадку націнка на продукцію буде складати 10%. Собівартість сувенірної продукції складає 700 тис грн, тоді дохід від продажів буде дорівнювати 770 тис грн. Звідси дохід від реалізації може скласти 70 тис грн.

Можна зробити висновок, що загальна сума доходів від усіх вказаних джерел буде складати 24 070 000 грн.

Далі на основі отриманих даних ми можемо розрахувати приблизний дохід, який ми отримаємо за час проведення фестивалю. Для цього необхідно визначити різницю між виручкою та затратами. Запланований дохід від реалізації проекту складає 24 070 000 грн, а витратна частина – 16 155 000 грн. Отже, чистий прибуток буде складати 7 915 000 грн.

При цьому потрібно прорахувати власний прибуток при проведенні даного фестивалю. Власний бюджет та вклад у фестиваль склав 3 млн грн, коли чистий прибуток вклав 7,915 млн грн. Можна зробити висновок, що прибуток для організаторів фестивалю склав 5,915 грн. У табл. 3.6 узагальнені кінцеві показники ефективності фестивалю «KyivMusicFest».

Виходячи з представлених розрахунків, можна зробити висновок про те, що даний проект не вимагає відносно високих вкладень та є прибутковим. Завдяки створенню подібних заходів можна підвищити привабливість дестинації Київ на внутрішньому туристичному ринку, залучити додатковий туристичний потік, а також сприяти становленню внутрішнього туризму в Україні.

Висновки до розділу 3

1. Був спроектований фестиваль та визначені основні його складові:

Назва: «KyivMusicFest»

Мета: щоб захід відвідало якомога більше глядачів та щоб серед цих глядачів були як іноземці, так і туристи.

Де: Арт-Завод «Платформа»

Коли: 26-27 червня 2021 року

Цільова аудиторія:

- 1) Школярі (15-17 років);
- 2) Студенти (17-22 роки);
- 3) Пари;
- 4) Компанії друзів (до 30-40 років);
- 5) Фанати визначеного стилю музики.

Додатково була сформована програма проведення та визначені учасники міжнародного музичного фестивалю «Kyiv Music Fest». Серед яких є артисти з України, США, Великобританії, Німеччини та Фінляндії.

Хедлайнером першого дня фестивалю було обрано рок-гурт – Artic Monkeys, другого дня - поп-дует Twenty one pilots.

2. Було проаналізовано ефективність проекту міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації. Для початку був визначений бюджет та джерела отримання коштів для проведення музичного фестивалю.

3. Був визначений перелік початкових та змінних витрат для створення фестивалю. Проаналізовані категорії затрат та виділені напрями використання коштів. Сформована сума витрат на кожен з напрямків.

4. Визначена ціна на квиток на один день фестивалю – 700 грн та на абонементу на 2 дні фестивалю - 910 грн.

5. Проаналізовано категорії витрат, де буде отриманий дохід. До таких напрямків входить: дохід від продажу вхідних квитків, дохід від орендної плати фуд-кортів, дохід від реалізації сувенірної продукції.

6. Таким чином було визначено заплановану сума доходів від реалізації проекту, що складає 24 070 000 грн. Також витратна частина на організацію та реалізацію фестивалю склала 16 155 000 грн . Отже, чистий прибуток буде складати 7 915 000 грн. При цьому фестиваль виявився прибутковим та при запланованих вкладеннях у 3 млн грн, очікуваний прибуток для організаторів буде складати 5,915 грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Теоретичні та методичні засади проектування міжнародного музичного фестивалю показали, що організація проведення подібних івентів на зарубіжному ринку відбувається на більш високому рівні. В Україні такого досвіду немає, що говорить про те, що ця ніша є перспективним напрямом.

2. На основі аналізу проведення зарубіжних фестивалів, були визначені кроки для організації та проведення успішного міжнародного музичного фестивалю.

Був проаналізований ресурсний потенціал розвитку міжнародного музичного фестивалю у туристичній дестинації. У розділі були визначені переваги та недоліки локацій, що дозволило обрати пріоритетний майданчик для проведення музичного фестивалю.

Дослідження ринку міжнародних музичних фестивалів у Києві дозволило визначити основних конкурентів, які проводили заходи із залученням іноземних музикантів. Аналіз наглядно показав порівняння цін квитків різних категорій та середню вартість виступу кожного артиста на визначених фестивалях.

Внаслідок створення проекту фестивалю «KyivMusicFest» можливо не тільки залучити додатковий туристичний потік в регіон, а й також збагатити культуру країни шляхом залучення до музичної індустрії музикантів не тільки нашої країни, а й на інтернаціональному рівні. Виділені критерії переваг фестивалю, показали різноманітність надання послуг на фестивалях дестинації.

3. Наступним, для визначення впливу стейкхолдерів, було проведено опитування за допомогою анкети. Питання дали можливість визначити потенційний портрет споживача.

У концепції проекту було визначено учасників міжнародного музичного фестивалю, а також складена програма проведення заходу.

Ефективність проекту включила в себе формування фінансового плану фестивалю та раціонального його використання.

4. Серед пропозицій для ефективної організації фестивалю можна виділити:

1) Формування анкети на проведення опитування потенційної аудиторії. Надсилання опитування допоможе дізнатися, які групи слухають відвідувачі, де вони знаходять інформацію про концерти та що б вони хотіли побачити на фестивалі.

2) Опитування дає змогу визначити профіль відвідувача. Створення персонального профілю для свого «ідеального» шанувальника фестивалю, зможе врахувати його інтереси та вподобання.

3) Аналіз конкурентів. Обов'язково необхідно звернути пильну увагу на конкурентів, які проводять аналогічні фестивалі. Це допоможе знайти тематику проведення заходу конкурента та цільову аудиторію. А також проаналізувати дати проведення фестивалю, щоб вони не співпадали.

4) Вибір локації. Зважаючи на ситуацію у світі, у зв'язку з пандемією, доцільно буде обрати відкритий майданчик, що дозволить спокійно розмістити заплановану кількість відвідувачів.

5) Поступове масштабування фестивалю. Варто почати з однієї сцени на фестивалі та зберегти керованість в організації. Це може бути способом поступового нарощування потужності та отримання досвіду.

6) Розробка маркетингової стратегії. Це дозволить налагодити комунікацію з аудиторією та ефективно просувати власний фестиваль.

7) Партнерство. Створення спонсорських пакетів музичного фестивалю дозволить залучити потенційних фінансових інвесторів. Додатково це може зменшити витрати в визначених категоріях витрат, використовуючи бартер про наданні послуги.

Створення проекту фестивалю «KyivMusicFest» дозволить залучити додатковий турпотік в регіон, а також збагатити музичну культуру як на державному рівні, так і на міжнародному.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арт-заповід Платформа [Електронний ресурс] // Вікіпедія — вільна енциклопедія — Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%82-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B4_%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0
2. Бейдик О. О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) / О. О. Бейдик, А. О. Гончарук // Географія та туризм. — 2010. — Вип. 8. — С. 45-49. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_12
3. Білі ночі 2019: програма, учасники, квитки [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://glavred.info/stars/10094384-belye-nochi-2019-programma-uchastniki-bilety.html>.
4. Вартість квитків на Atlas Weekend [Електронний ресурс] // Concert.ua — Режим доступу до ресурсу: <https://concert.ua/uk/booking/atlas-weekend/>.
5. Вартість квитків на Upark Festival 2019 [Електронний ресурс] // Bilet House — Режим доступу до ресурсу: <https://bilethouse.com/events/event/7015>.
6. Верхованцева П. В. Музичний фестиваль як форма збереження культурної пам'яті / П. В. Верхованцева // Культурна пам'ять і культурна ідентичність: матеріали Всеросійської (з міжнародною участю) наукової конференції молодих вчених (XI Колосницькі читання) .- Єкатеринбург: Видання Урал. — 2016. — С. 44-46. — Режим доступу до ресурсу: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42271/1/978-5-7996-1865-0_2016_10.pdf
7. Гедонізм 2018: остаточний лайн-ап та розпис [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: <https://comma.com.ua/news/hedonism-2018-lineup/>.
8. Головне про МВЦ [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міжнародного Виставкового Центра — Режим доступу до ресурсу: <https://mvc-expo.com.ua/golovne/>.

9. Зуб А. Т. Управління проектами: підручник і практикум для академічного бакалавріату / А. Т. Зуб. – М.: Видавництво Юрайт, 2014. – 422 с.
10. Ігнат'єва Я. Фестивально-конкурсний рух в еволюції зарубіжного та українського музичного мистецтва / Ігнат'єва Я.. // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2018. – №20. – С. 142–146. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspu.edu.ua/sites/hsci/wp-content/uploads/2019/02/30-2.pdf>
11. Місія інституції [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Мистейського арсеналу – Режим доступу до ресурсу: <https://artarsenal.in.ua/pro-nas/misiya/>.
12. Національний комплекс «Експоцентр України» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://platfor.ma/organizers/4da35d48c4af1/>.
13. Офіційний сайт Білі Ночі [Електронний ресурс] // Білі Ночі – Режим доступу до ресурсу: <https://whitenights.com.ua/>.
14. Офіційний сайт Atlas Weekend [Електронний ресурс] // Atlas Weekend – Режим доступу до ресурсу: <https://atlasweekend.com/>.
15. Офіційний сайт Download Festival [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://downloadfestival.co.uk/info/>.
16. Офіційний сайт Sky Family Park [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://park.skymall.ua/>.
17. Офіційний сайт UPARK Festival [Електронний ресурс] // UPARK Festival – Режим доступу до ресурсу: <https://uparkfestival.com/>.
18. Пивоварова Е. І.. Організація музичного фестивалю як засоби соціалізації підлітків у культурно-дозвільних закладах [Електронний ресурс] / Пивоварова Е. І.. // Російський державний професійно-педагогічний університет. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/20293/1/RSVPU_2017_317.pdf.
19. Платформа арт-завод [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.facebook.com/artzavodplatforma/about/?ref=page_internal.

20. Про подію [Електронний ресурс] // Internet-bilet. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://kiev.internet-bilet.ua/uk/atlas-weekend>.

21. Романюк С. Ресурсний потенціал регіону / С. Романюк, М. Орлатий. – Київ: Національна академія державного управління при Президентові України, 2014. – 724 с.

22. У Києві стартував Atlas Weekend 2019. У безкоштовний день фестиваль побив рекорд відвідуваності [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://strana.ua/news/210727-pervyj-den-atlas-weekend-2019-posetili-pochti-160-tysjach-zritelej.html>.

23. 21 цікавий факт про групу Twenty One Pilots [Електронний ресурс] // Marie Claire. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://marieclaire.ua/lifestyle/21-interesniy-fakt-pro-gruppu-twenty-one-pilots/>.

24. Arctic Monkeys [Електронний ресурс] // Вікіпедія — вільна енциклопедія – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Arctic_Monkeys.

25. Atlas Weekend 2019: програма на всі дні, учасники фестивалю і ціни на квитки [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://kyiv.24tv.ua/atlas_weekend_2019_kiyiv_rozklad_uchasniki_atlas_weekend_kvitki_programa_n1164435.

26. Caciur T. Organization of a large scale music event: planning and production [Електронний ресурс] / Tatiana Caciur // University of Applied Sciences. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39161/caciur_tatiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

27. Definition of festival [Електронний ресурс] // Merriam-webster dictionary. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/festival#h1>.

28. Emily Rodriguez. Music festival / Emily Rodriguez, Yamini Chauhan, Heather Campbell. // The Editors of Encyclopaedia Britannica. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.britannica.com/art/music-festival>

29. Hedonism Festival [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.facebook.com/hedonism.festival/>.

30. International Reggae Day 2019 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.awarenessdays.com/awareness-days-calendar/international-reggae-day-2019/>

31. Jacklin B. How to Organise a Music Festival: 4 Steps to Success [Электронный ресурс] / Ben Jacklin. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://billetto.co.uk/blog/how-to-organise-music-festival/>.

32. Kari Jaeger. Festivals, identities, and belonging / Kari Jaeger, Reidar J. Mykletun. // Event Management. – 2013. – №17. – С. 213–226.

33. Kimberly F. Rudolph. The Importance of Music Festivals: An Unanticipated and Underappreciated Path to Identity Formation [Электронный ресурс] / Kimberly F. Rudolph // Georgia Southern University. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1209&context=honors-theses>

34. MacNeill K. Why have so many music festivals gone wrong this year? [Электронный ресурс] / Kyle MacNeill // The Guardian. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://www.theguardian.com/music/musicblog/2017/aug/09/music-festivals-gone-wrong-fyre-hope-and-glory-y-not?_ga=2.94702168.530126430.1587553533-2019862499.1587236558

35. Malu Marzarotto. The Evolution of Music Festivals and the Power of an Experience [Электронный ресурс] / Malu Marzarotto // Medium. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: https://medium.com/@malu_14611/the-evolution-of-music-festivals-and-the-power-of-an-experience-f98be2b9a5c1.

36. Owe Ronström. Concerts and festivals: Public performances of folk music in Sweden. / Owe Ronström, Krister Malm, Dan Lundberg. // The World of Music. – 2001. – С. 49–64. – Режим доступа до ресурсу: <https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:419623/FULLTEXT04.pdf>

37. Prof. Jo-anne Tull. Festival Statistics Key concepts and current practices / Prof. Jo-anne Tull, José Pessoa, Lydia Deloumeaux. – Montreal, Canada: UNESCO Institute for Statistics, 2015. – 59 с. – Режим доступу до ресурсу: <http://dx.doi.org/10.15220/978-92-9189-173-3-en>

38. Sofoklis Skoultzos. The potential of festivals and their contribution to culture and tourism / Sofoklis Skoultzos. // University of the Aegean. – 2014. – №20. – С. 61–66.

39. Timothy J. Dowd Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk. [Електронний ресурс] / Timothy J. Dowd, Kathleen Liddle, Jenna Nelson // Academia. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/9179393/Music_Festivals_as_Scenes_Examples_from_Serious_Music_Womyn_s_Music_and_Skate_Punk.

40. The Guidelines for Music Festival Event Organisers: Music Festival Harm Reduction [Електронний ресурс] // NSW Ministry of Health. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.health.nsw.gov.au/aod/Publications/music-festival-guidelines.PDF>.

41. The 50 best music festivals in the world [Електронний ресурс] // Time Out. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.timeout.com/london/music/the-50-best-music-festivals-in-the-world>.

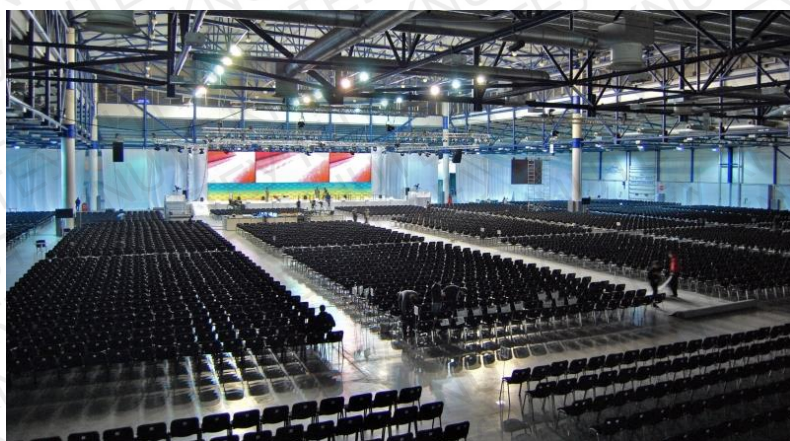
42. Upark Festival 2019: афіша на всі дні, учасники та ціни [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://kyiv.24tv.ua/upark_festival_2019_kiyiv_rozklad_na_vsi_dni_uchasniki_tsi_ni_na_kvitki_n1174360.

Міжнародний Виставковий Центр

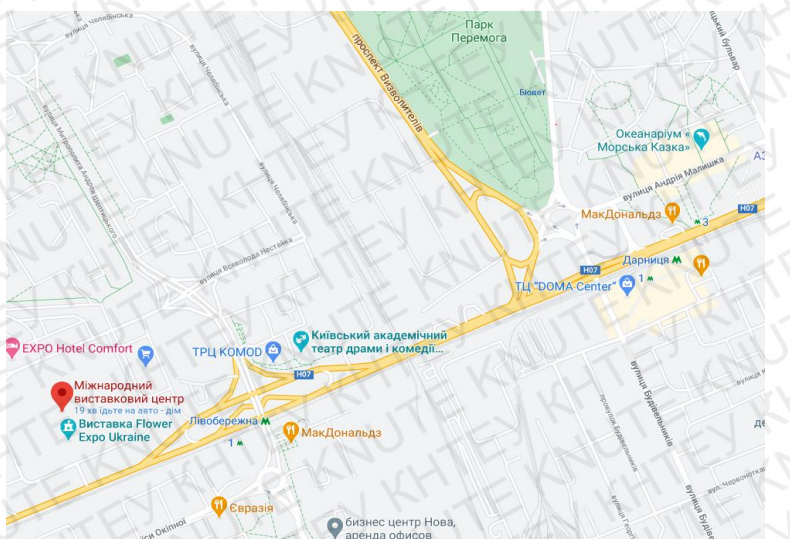
Фото зовні:



Фото зсередини:



Місце розташування на карті:



Мистецький арсенал

Фото зовні:

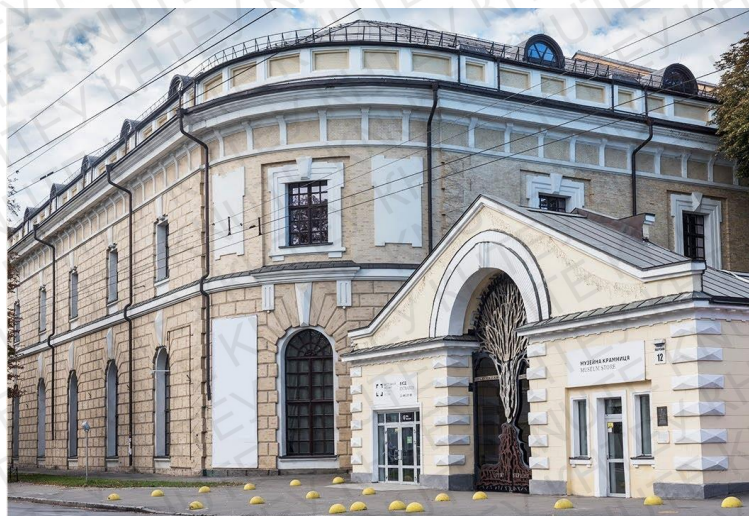
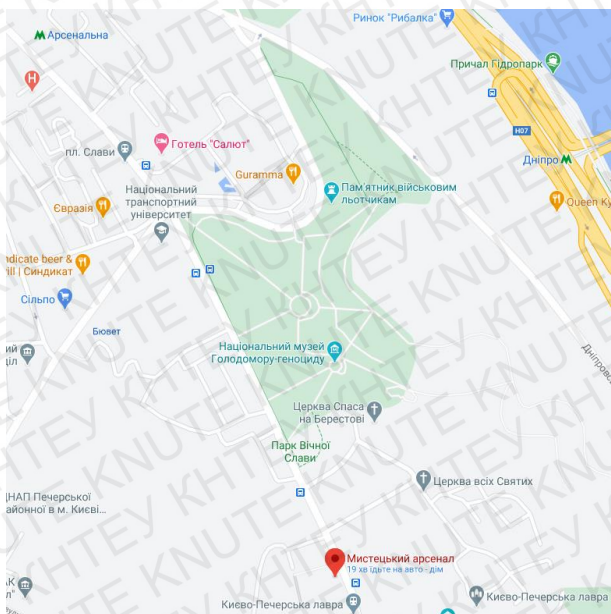


Фото зсередини:

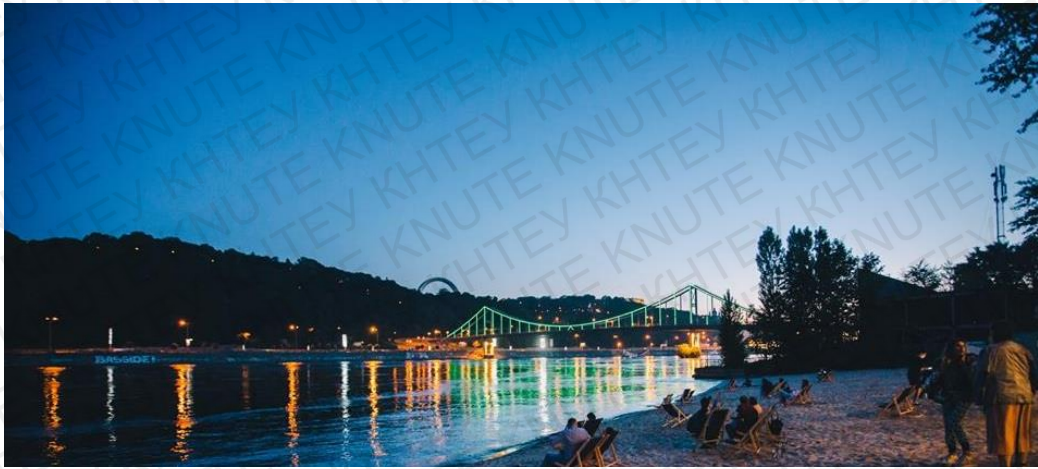


Місце розташування на карті:

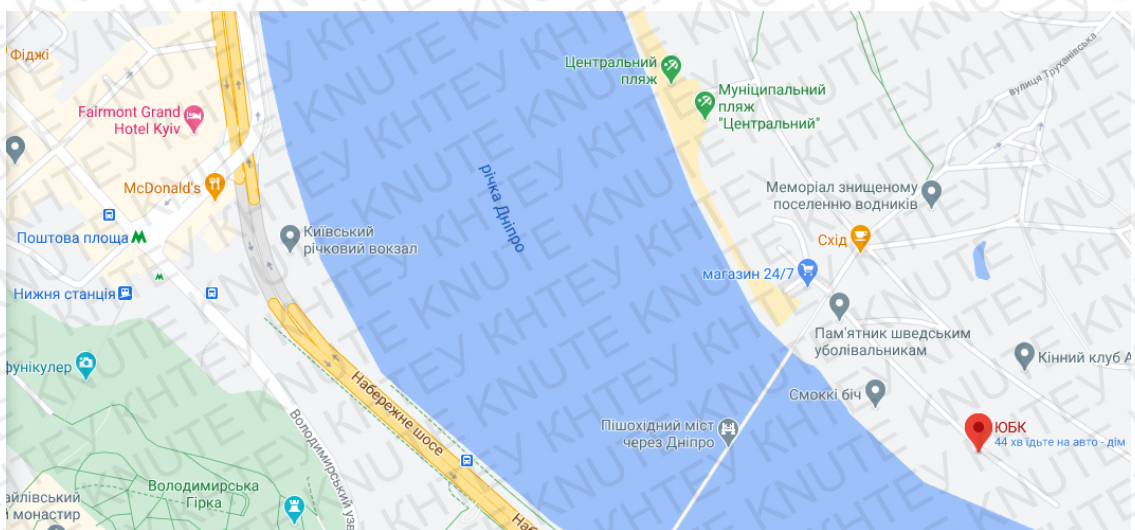


Південний Берег Києва

Фото:

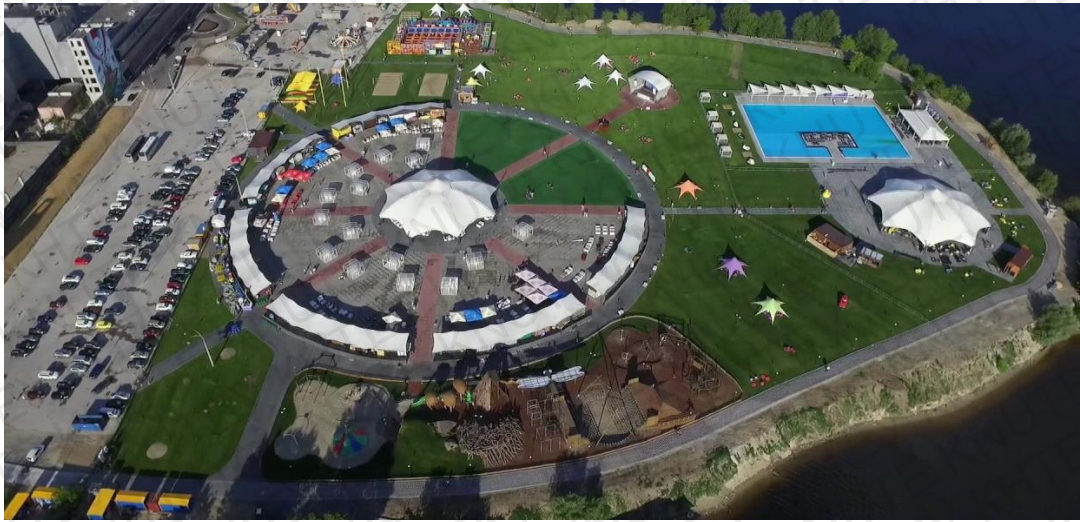


Місце розташування на карті:



Sky Family Park

Фото:

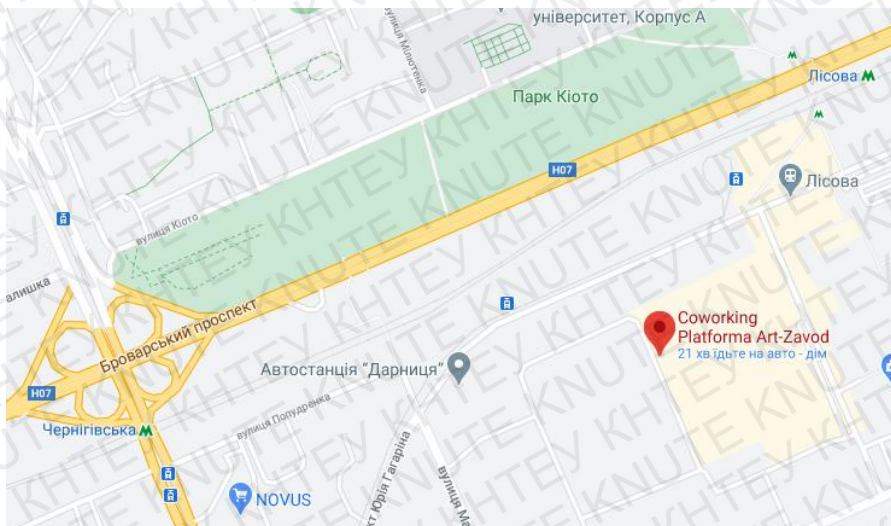


Місце розташування на карті:



Арт-завод Платформа

Фото:

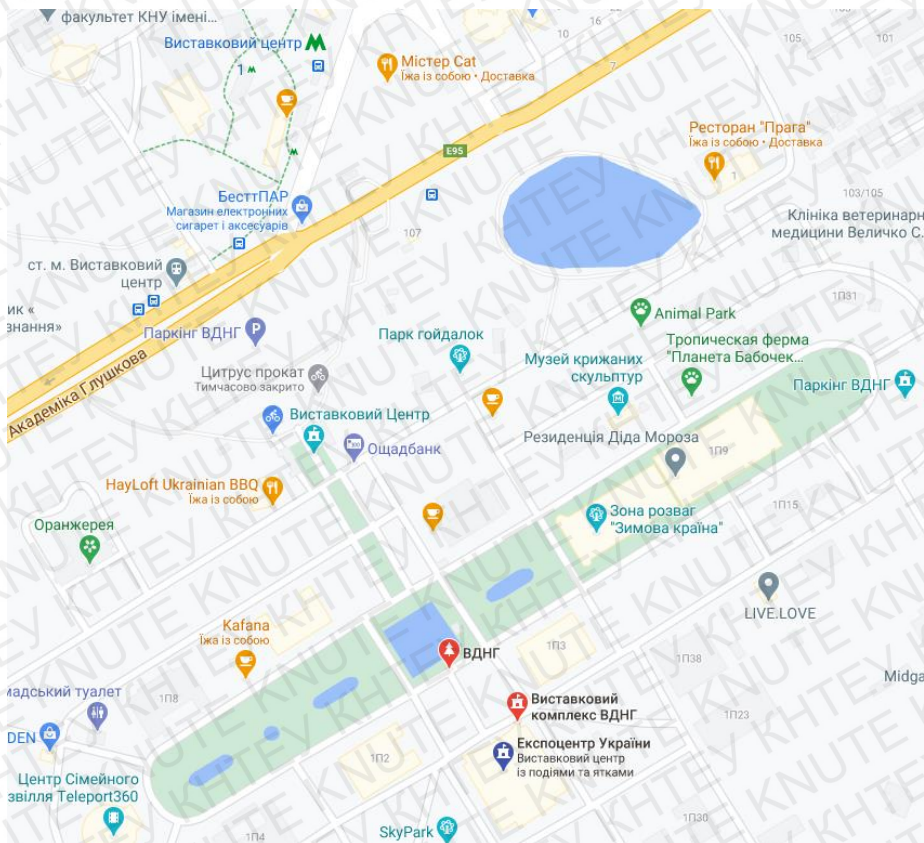
*Місце розташування на карті:*

ВДНГ

Фото:



Місце розташування на карті:



Анкета згідно якої проводилося опитування потенційної аудиторії

Питання:

1) Вказати свою стать:

- Чоловік
- Жінка

2) Вказати свій вік:

- 15-20
- 21-30
- 31-40
- 40+

3) Обрати стиль музики, якому надаєш перевагу:

- Поп
- Рок
- Джаз
- Електронна музика
- Інше

4) Обрати локацію для проведення міжнародного музичного фестивалю, якому надаєш перевагу:

- ВДНГ
- Арт-платформа Завод
- Мистецький арсенал
- Sky Family Park
- Міжнародний Виставковий Центр
- Інше

5) Які перші дії під час відвідування міжнародного музичного фестивалю:

- Активно виставляти пости в Інстаграм
- Буду розвідувати територію фестивалю
- Побіжу займати місце біля сцени
- Піду до фудкорту

6) Обрати місце для ночівлі після відвідування міжнародного музичного фестивалю:

- У подруги/друга
- У палатці
- Не буду спати
- Зніму номер у найближчому готелі
- Вдома
- У гуртожику

Продовження додатку В

7) Обрати музиканта заради якого відвідали б міжнародний музичний фестиваль:

- Олег Винник
- Imagine Dragons
- LP
- A\$AP ROCKY
- Інше

8) Обрати вартість вхідного квитка, яку готові сплатити під час відвідування міжнародного музичного фестивалю, грн:

- до 500
- 500-1000
- 1000-2000
- 2000+

9) Обери їжу, якій віддаш перевагу під час відвідування міжнародного музичного фестивалю:

- Бургер чи будь-який фастфуд
- Здорова їжа
- Солодощі
- Міні-ресторан

Посилання: <https://forms.gle/uHXpg4QyB1UUXgjn8>

Сайт фестивалю «KyivMusicFest»

Посилання: <http://kyivmusicfest2020.tilda.ws/>

Фото:



Про фестиваль

Міжнародний музичний фестиваль буде відбуватись 26-27 червня на Арт-завод Платформа у місті Києві.

Очікуються виступи найвідоміших гуртів
Twenty one pilots та Arctic Monkeys!

Запрошені зірки українського шоу-бізнесу та відомі музиканти Європи.

На території фестивалю можна знайти зони відпочинку та фуд-корт!



Іноземні гості фестивалю

На Kyiv Youth Fest 2021 ми запросили учасників з США, Великобританії, Німеччини та Фінляндії!



Hundredth

Рок



Flux pavilion

Дабстеп, Електропоп



David August

Електропоп, музика, Фолк



Battle Beast

Хеві-метал, готт

[Зареєструйся!](#)

Спонсорські пакети

Партнерський пакет	GREAT	STANDART	«ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАРТНЕР»
ОНЛАЙН-АКТИВНІСТЬ			
Розміщення логотипу партнера на сайт	+	+	+
Згадування у матеріалах про фестиваль (анонсах, промороликах)	+	+	+
Розміщення тексту партнера (яку він надасть) в Instagram та Facebook	+(3 поста)	+(2 поста)	+(1 пост)
АКТИВНІСТЬ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ЦЕРЕМОНІЇ			
Розміщення логотипу партнера в матеріалах фестивалю	+(на 10 банерах на території фестивалю, на кожній програмі заходу)	+(на 6 банерах на території фестивалю, на кожній програмі заходу)	+(розміщення на головних банерах фестивалю - біля входу та головної сцени)
Розміщення промо-зони на території фестивалю	+	+	+
Участь представників компанії-партнера у заході	+(2 учасника)	+(1 учасник)	Оголошення представників партнера зі сцени
Оголошення рекламного тексту партнера під час заходу	+(4 рази)	+(2 рази)	Подяку партнеру зі сцени
Трансляція рекламного ролика партнера	+	-	+
Виступ представника компанії зі сцени	+(5 хвилин)	-	-
ОФФЛАЙН-АКТИВНІСТЬ			
Розміщення лого партнера у поліграфії	30 тис примірників	-	30 тис примірників
Розміщення лого на зовнішніх джерелах реклами (афіші, сітілайти)	100 разів	-	50 разів

5 прикладів нативної реклами з вказанням фестивалю на площадках спонсорів

Інформаційний спонсор:

1. VGORODE.UA.

Пост: «Як проводить вільний час сучасна молодь?»

Розповідається про сучасні напрямки, тренди для молоді. Це можуть бути додатки на телефон, танці, популярні канали на ютуб, комікси, кіно і тд.

В кінці стаття закінчується словами: «За надану інформацію дякуем Kyiv Music Fest 2020»

2. Kuda.kiev (Instagram)

Інстаграм націлений на аудиторію, яка зацікавлена в заходах, що проходять в місті Києві. Підписники сторінки становлять 66,7 тис людей.

Пост: «Три найяскравіших заходів на цей вікенд.»

В якому розповідається про цікаві події на вікенд, також коли буде проходити Kyiv Music Fest (26-28 червня 2021 року).

В кінці посту проводиться розіграш, в якому основний приз- 2 квитки на Music Day на Kyiv Music Fest 2021. (Умови: підписка на інстаграм Kyiv Music Fest, Kuda.kiev та лайк на останній пост в цих аккаунтах, позначка друзів в коментарях до посту з розіграшем)

3. «Radio-Rocks»

Головними хедлайнерами фестивалю буде рок-гурт «Arctic Monkeys». Фанати зазвичай постійно моніторять усі майданчики, які пов'язані з рок-жанром.

Пропонується розмістити нативну рекламу на «Radio-Rocks». Радіоведучі розповідають про відомий гурт «Arctic Monkeys», найвідоміші їх хіти і тд. Тоді кажуть: «Доречі, Arctic Monkeys вперше відвідають Україну! Будуть виступати на Kyiv Music Fest. Ти чув? Я вже придбала собі квиток. Я впевнена вони розірвуть цей фестиваль. Давайте послухаємо їх драйвову пісню, яку знають всі. Do I wanna know?, друзі»

Генеральні спонсори:

4. Моршинська

Спеціально до фестивалю Kyiv Music Fest «Моршинська» випускає лімітовану партію води з етикеткою. Етикетка розроблена в основних кольорах фестивалю(фіолетовий, синій, білий)

5. Розетка

Розетка на офіційному сайті додає банер на головну сторінку. «До дня молоді знижки до -50%»

Банер у кольорах фестивалю (фіолетовий, синій, білий). На фоні банеру локація фестивалю, сцена, логотип.