

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»
ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА
КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Туристско-рекреационное проектирование»

Разработка проекта фестиваля «International Music Fest», как способа
развития событийного туризма музыкальной направленности в
Республике Татарстан

Выполнил: студент 4 курса, гр. 4321

Олейников Игорь Олегович

Руководитель: преподаватель

Сморчков В.Ю.

Дата сдачи _____

Дата защиты _____

Оценка _____

Казань 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретическое содержание событийного туризма музыкальной направленности	7
1.1. Сущность событийного туризма музыкальной направленности, его теория и разновидности.....	7
1.2. Музыкальный фестиваль как форма развития событийного туризма музыкальной направленности Республике Татарстан	13
1.3. Перспективы развития событийного туризма музыкальной направленности в Республике Татарстан	17
2. Разработка проекта интерактивного музыкального фестиваля «International Music Fest»	22
2.1. Анализ спроса и предложения на музыкальные фестивали в г. Казань...	22
2.2. Описание проекта фестиваля «International Music Fest».....	26
2.3. Экономическое обоснование проекта музыкального фестиваля «International Music Fest».....	31
Заключение	36
Список использованной литературы.....	38

Введение

Согласно статистическим данным за 2016 ежегодный темп прироста туристского потока в Республику Татарстан в среднем составляет 13,5%, темп прироста объема реализации услуг в сфере туризма – 17,0% [6]. Республика считается одним из ведущих лидеров по количеству объектов туристской инфраструктуры, что, в свою очередь, позволяет региону не только поддерживать туристический поток на уровне, но и привлекать все новые потоки, как и из субъектов РФ, так и из-за границы, т.е. иностранных туристов. Количество иностранных граждан, прибывших в Республику Татарстан, возросло на 6,7% по сравнению с показателем 2015 года. Также стоит отметить, что дополнительному росту турпотока туристских центров Республики в 2015 году способствовало проведение на их территории крупных событийных мероприятий [6]. Исходя из данных показателей, мы можем определить, что туризм в регионе имеет различную направленность: люди приезжают сюда не только познакомиться с местным колоритом республики, его историко-культурными достопримечательностями, но и также с возможностью присутствовать на крупномасштабных мероприятиях, например, «Всемирные студенческие игры 2013» (Универсиада 2013), которые уже относятся к сектору событийного туризма.

На сегодняшний день событийный туризм является одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений в туризме, является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Различные туры, подразумевающие традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях мира, среди которых: гонки Формула-1, Чемпионаты Мира по различным видам спорта; Олимпиады и Универсиады, красочные шоу, выступления известных людей; различные карнавалы, фестивали, конкурсы красоты и показы мод; художественные и деловые выставки, концерты – всё это относится к событийному туризму. События встраиваются в существующий социально-культурный ландшафт и являются катализаторами

процесса интеграции, популяризации ценностей, важным инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов. Несмотря на то, что данное направление сравнительно молодое, оно чрезвычайно интересно и увлекательно и имеет востребованность на рынке туристских услуг. Поездки туристов, связанные с различными событиями, растут примерно на 10% в год [19]. С ростом популярности событийного туризма возникает потребность увеличения и его разнообразия. С каждым годом возрастает число туристов, которые путешествуют по странам ради музыкальных фестивалей, концертов, выступлений любимых групп и артистов. В это время они могут посетить открытую музыкальную площадку, насладиться концертом на стадионе или в клубе, сходить на творческий вечер в ресторан или кафе, а также приобрести памятную атрибутику любимой группы. Именно благодаря выступлениям любимого артиста или группы, человек может отдохнуть от трудовых будней, отвлечься от повседневных хлопот и если артисты едут в тур, то еще и посмотреть на другие города и страны.

Событийный туризм музыкальной направленности сейчас находится в состоянии развития, и музыкальная часть все больше привлекает не только российских туристов, но и иностранных, что может выступить в качестве туристского ресурса. Каждая страна привлекает своими концертами или фестивалями. Например, Финляндия привлекает туристов, любящих тяжелую музыку фестивалем «Tuska open air», «Bloodstock open air», Германия фестивалем «Rock am ring», «Wacken Open Air», а Швеция славится «Sweden Rock Festival» [29].

В Республике Татарстан существует достаточное количество предпосылок для формирования бренда событийно-музыкального фестиваля по всему миру. Во-первых, татарская музыкальная сцена имеет множество талантливых музыкантов в различных направлениях музыки, которые нравятся местным поклонникам и фанатам. В Татарстане довольно хорошо развито музыкальное образование, начиная от джазовых школ, консерваторий и заканчивая рок школами. Во-вторых, татарская музыкальная

сцена является уникальной, в ней сочетается восточная культура татарского народа с новаторскими идеями западных артистов. В-третьих, Татарстан уже имеет опыт по проведению музыкальных фестивалей, всероссийского и мирового уровня: оперный им. Ф.И. Шаляпина, современной музыки «Европа-Азия», Международный фестиваль современной музыки имени Софии Губайдулиной «CONCORDIA», фестиваль рок музыки «Sokolka». Поэтому в Республику часто приезжают многие именитые артисты со своими гастрольями. Но, к сожалению, доля фестивалей, связанных именно с музыкальной направленностью, среди всех фестивалей, проводящихся на территории республики достаточно мала. Поэтому развитие данного направления событийного туризма поможет республике привлечь множество российских и иностранных гостей и тем самым повысить привлекательность региона в целом.

Таким образом, эффективным формой развития событийного туризма в Республике Татарстан является разработка собственного музыкального фестиваля мирового уровня, на котором смогут выступать не только известные артисты, но и местная, региональная сцена.

Актуальность темы курсовой работы заключается в том, что в настоящий момент в Казани проходит множество концертов и гастролей, которые можно использовать для привлечения туристов и развития туризма в регионе в целом. Однако большинство мероприятий не известно широкому кругу людей и никуда не выходит за рамки города, т.к. турфирмы республики не заинтересованы в данном сегменте туристической отрасли. В связи с этим разработка проекта музыкального фестиваля в городе Казань является одним из важнейших направлений, как для привлечения туристов в республику, так и для отдыха и развития самих ее жителей.

Целью работы является разработка проекта музыкального фестиваля, как одной из составляющих развития событийного туризма в Республике Татарстан.

Задачи:

- 1) изучить теоретическое содержание событийного туризма и его особенностей;
- 2) проанализировать современное состояние и перспективы развития событийного туризма музыкальной направленности в Республике Татарстан;
- 3) разработать проект событийного фестиваля «International Music Fest» в городе Казани.

Объектом исследования является событийный туризм музыкальной направленности в городе Казани.

Предметом исследования является событийный туризм как одно из ведущих направлений внутреннего туризма в Республике Татарстан.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования: теоретический анализ научной и методической литературы и Интернет-ресурсов, анализ документов (статей об организациях, лицензий, дипломов), синтез информации, интервьюирование, анкетирование, проектирование.

Информационной базой выпускной квалификационной работы послужили работы таких авторов как А.Ю. Александрова, В.С. Сенин, Ю.Ф. Волков, Т.И. Власова, М.Б. Биржаков, и официальные документы министерства культуры Республики Татарстан.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1. Теоретическое содержание событийного туризма музыкальной направленности

1.1. Сущность событийного туризма музыкальной направленности, его теория и разновидности

Впервые определение «событийный туризм» появилось в 80-х годах в Европе. Тогда событийный туризм не имел свойство выделяться в отдельное направление туризма, а являлся частью таких направлений туризма, как приключенческий туризм, экологический туризм, гастрономический туризм и некоторых других. С течением времени он отделился и утвердился как отдельная отрасль туризма [41]. Однако само явление событийного туризма имеет весьма глубокие корни. В основе большинства современных фестивалей лежат исторические события, праздники, традиции.

Изучение событийного туризма необходимо начать с подходов к его определению. В мировой практике для обозначения термина «событийный туризм» используют термин «event tourism» (от англ. event — событие или специальное мероприятие). В русском языке используются такие варианты, как ивент-туризм или событийный туризм. Среди зарубежных авторов проблемами событийного туризма занимались Дж. Ритчи, Д. Беливо, Р. Линч, А. Вил, Д. Гетц и другие. Благодаря их исследованиям этот вид туризма выделился в самостоятельную отрасль науки со своим терминологическим аппаратом и стал рассматриваться как отдельное направление [19].

Среди российских исследователей можно выделить нескольких авторов, предложивших свою трактовку событийного туризма, представим некоторые из них. Биржаков М.Б. отмечал, что событийный туризм представляет собой значимую часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением [8, с. 111].

В трудах Долженко Г.П. событийный туризм описывается как вид

туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием [37, с. 119].

Алексеева О.В. трактует событийный туризм как вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации [12].

Рассмотрев и проанализировав различные подходы к определению термина событийного туризма, мы можем сказать, что на сегодняшний день очень сложно четко охарактеризовать событийный вид туризма как отдельный и самостоятельный вид туризма, а не разновидность туристской деятельности.

В целом, обобщив разные точки зрения по данному вопросу, можно предложить следующее определение данного термина. Событийный туризм – вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события.

Также, исходя из многогранности суждений различных авторов, мы можем выделить и следующие специфические черты событийного туризма (см. рис.1).

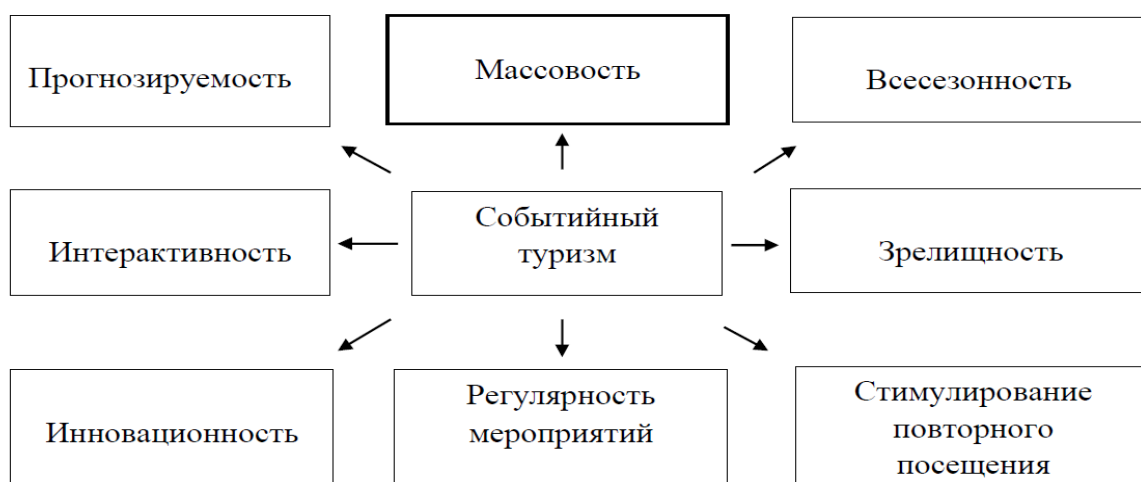


Рисунок 1. Специфические черты событийного туризма [8]

Что касается исторической составляющей становления событийного туризма, то здесь стоит отметить, что без непосредственного развития туризма не выделились бы и различные другие подвиды туризма, в том числе и событийный. В разный период времени происходило активное развитие событийного туризма. Например, такое событие как карнавал, уходит корнями еще в языческие времена, первое упоминание о котором относят к XI веку. Фестиваль выставочного плана впервые появился 1 мая 1851 года в Лондоне и назывался «Великая выставка изделий промышленности всех наций». В итоге географическое положение всех выставок стало располагаться вблизи промышленных центров. Позже стали появляться этнографические выставки, галереи. Наряду с выставками начали развиваться и ярмарки. Первая из известных ярмарок называлась Foire de Saint Denis, проходившая во Франции, близ города Париж. С развитием промышленного производства ярмарка перестала быть местом для прямых продаж товаров. Теперь кроме покупки было модно показывать достижения, с помощью большого показа [37].

Исторический аспект во многом задал направленности событийного туризма, которые существуют и на сегодняшний день. В настоящее время событийный туризм довольно быстро развивается в Российской Федерации. Практически каждый город нашей страны интересен своими историческими, культурными и спортивными событиями, проходящими при большом количестве зрителей. Автор книги «Специальные виды туризма» Бабкин А.В. выделяет в событийном туризме следующие тематические направления: карнавалы, национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события [24].

Также событийный туризм можно классифицировать по масштабности проведения – это мероприятия международного, национального,

регионального уровня. По функциональной направленности выделяют: конгрессный, фестиваль, спортивный, развлекательный, познавательный, ярмарочный, выставочный [8]. Ниже в таблице представлены основные события, применяемые в туристских продуктах (см. табл.1).

Таблица 1

Виды событийного туризма по Биржакову М. Б. [8]

Событие	Пример
Национальные события	Национальные праздники, чемпионаты и соревнования, карнавалы, дни распродаж, парады, балы, шоу, ярмарки, дни рождения знаменитостей, маскарады, музыкальные конкурсы и фестивали.
Спортивные мероприятия	Футбольные матчи, мировой теннис, ралли, бокс, хоккей, фигурное катание, скачки, регаты, гольф, крикет, спортивные танцы, лыжные соревнования, регби, поло.
Выставки	Крупнейшие выставки в различных областях: транспорт, бизнес, реклама, информационные технологии, культура, промышленность, медицина, строительство.
Концерты	Выступления мировых звезд, джазовые концерты, знаменитые теноры мира, музыкальные конкурсы и фестивали.

Дав понятие определению событийного туризма, а также определив его особенности и классификацию, мы остановимся на таком его направлении, как музыкальный туризм, рассмотрим его понятие и специфические черты.

Одной из быстроразвивающихся ветвей в событийном туризме, является музыкальный туризм – данная отрасль туризма, появилась во второй половине XIX века. Музыкальный туризм – это поездка, целью которой будет являться возможность услышать живое исполнение, а именно концерты и фестивали с участием любимого музыканта или музыкальной группы [30].

Большой вклад в изучение музыкального туризма внесли Т.И Власова, А.В. Бабкин, С. Мэйгер, которые занимались изучением музыкального творчества в городском пространстве.

Концерты, в частности фестивали, являются одной из главных особенностей развития музыкального туризма, однако на западе музыкальный туризм кроме посещения концертов и фестивалей включает в себя разработку специализированных маршрутов, связанных с местами зарождения различных музыкальных жанров, а также с местами жизни и смерти известных музыкантов.

Музыкальный туризм – считается одной из самых прибыльных отраслей туризма и самой индустрии музыки для многих стран мира. К музыкальным туристам относятся люди, покидающие свое постоянное место жительства ради участия в музыкальном событии, начиная от концерта и заканчивая фестивалями. Музыкальными туристами именуется в первую очередь пассивные участники фестиваля, по-другому – зрители. Они оплачивают свой проезд, бронируют комнаты в отелях, одним словом пользуются услугами дестинации, местности, куда направляются. Музыкантов, которые выступают на концертных площадках туристами назвать нельзя по определению, так как они путешествуют с целью заработка, а туризм подразумевает под собой выезды без оплачиваемой деятельности.

Далее необходимо определить, что будет являться дестинациями в музыкальном туризме: это может быть территория, по которой проходят туристские маршруты. Они связаны с музыкальной индустрией, а также имеют всю необходимую для туристов инфраструктуру. Например, маршрут «По стопам The Beatles» в который входит посещение Школы Кальдерстонс в Ливерпуле, парикмахерской Пенни Лейн, Музея The Beatles, Кофейни «Касба», Аэропорта Джона Леннона, Дома Джона Леннона. Также это могут быть специально обустроенные территории, имеющие все необходимое для удовлетворения различных потребностей туристов – и духовных, и физических. Данные территории в некоторых случаях могут также включать в себя прилегающие площадки, на которых предоставляются дополнительные услуги. Это услуги по размещению, питанию, продаже сувенирной

продукции. Как правило, на данных территориях преобладают более выгодные условия для туристов.

Музыкальная индустрия или музыкальный бизнес состоит из компаний и частных лиц, которые зарабатывают деньги на создании и продаже музыки. В отрасли, как правило, работают музыканты, которые сами не только могут исполнять, но и сочинять музыку, звукозаписывающие студии, компании продающие альбомы и по сохранению авторских прав. Если происходит живое исполнение, то будут так же задействованы промоутеры, менеджеры, дорожная команда. Для продвижения музыкантов используют рекламу и promotion на радио, телевидении, в интернете, а также статьи в разнообразных печатных изданиях.

Если люди покупают билеты на концерты или фестиваль, в частности, они должны будут совершить поездку, чтобы попасть на него, тем самым они, скорее всего, будут тратить дополнительные деньги в местную экономику. Например, это могут быть необходимые расходы: покупка бензина для автомобиля, бронирование номеров в гостиничном номере, питание в местных ресторанах. По этим и другим причинам многие направления признают ценность музыкального туризма.

Музыкальные гастрольные туры являются одними из наиболее распространенных источников музыкального туризма. Местное население идет и тратит деньги, чтобы увидеть концерт, если один или более из их любимых групп приезжает в город. Люди, являющиеся особенно преданными фанатами иногда следуют по маршруту тура их кумира, или путешествуют, чтобы увидеть выступление музыканта в определенном местоположении. Все это поведение предлагает выгоды для местной экономики и становится отличным источником дохода. Если людей особенно впечатлило время, проведенное в зоне выступления, они могут вернуться сюда в дальнейшем уже не ради концерта.

Власти многих стран давно осознали прибыльность музыкального туризма и плотно занялись его изучением и разработкой музыкальных

проектов, привлекающих туристов. Особенно тщательные исследования проводятся в Великобритании, так как для нее эта отрасль стала одной из главных. Как следует из документа, доля иностранных граждан в общем объеме «музыкального» турпотока в Великобританию не превышает 5 процентов, но именно эта популяция обеспечивает 18% поступлений от сделанных покупок [36].

Таким образом, изучению музыкального туризма положено уверенное начало в зарубежных странах. В нашей стране данная отрасль находится только на ранней стадии развития, но с каждым годом стараюсь сделать все больше новых шагов в организации различных фестивалей, музыкальной направленности.

1.2. Музыкальный фестиваль как форма развития событийного туризма музыкальной направленности Республике Татарстан

Одной из главных форм развития музыкального туризма является музыкальный фестиваль – массовое мероприятие, празднество, показ достижений профессионального и самодеятельного музыкального творчества [36]. Для местной экономики данные фестивали – это достаточно прибыльное явление, поскольку зачастую они охватывают несколько дней или, по крайней мере, выходные. Кроме того, музыкальные фестивали, как правило, включают в себя более чем одну группу, увеличивая вероятность, что люди захотят присутствовать.

Столица Татарстана – яркий пример успешного взаимодействия классического искусства и традиционной национальной культуры, объединивший казанскую старину и национальные традиции с современностью и склонностью к экспериментированию и инновациям. Имена Сайдашева, Лундстрема, Губайдулиной, Родченко, Фешина тесно связаны с Казанью и ее культурой. Уникальное культурное пространство города, с одной стороны, требует к себе бережного отношения, с другой –

нуждается в генерации новых проектов, направленных на модернизацию культурной среды.

В городе Казань насчитывается свыше 400 учреждений и организаций культуры и искусства, в том числе и негосударственных. На 01.01.2017 работают 8 театров, Татарская государственная филармония им. Г. Тукая, Государственный Большой концертный зал Республики Татарстан им. С. Сайдашева, а также около 10 постоянно действующих галерей и выставочных залов. Так же имеется культурно развлекательный комплекс Пирамида, который не имеет аналогов в стране, многофункциональный спортивно-концертный комплекс Татнефть-Арена, несколько музыкальных клубов [5]. Яркими событиями в культурной жизни города стали фестивали классической (фестиваль имени Сергея Рахманинова «Белая Сирень», фестиваль «Денис Мацуев у друзей»), современной (им. С. Губайдулиной) и джазовой музыки, концерты Государственного симфонического оркестра Республики Татарстан.

Согласно специальному отчету издания The Calvert Journal, Казань в 2016 году возглавила рейтинг креативных городов России [23].

По словам мэра города, Ильсура Метшина, Республика Татарстан имеет следующие конкурентные преимущества:

- международная известность Шаляпинского и Нуриевского фестивалей;
- активное развитие креативных индустрий;
- уникальное культурное пространство, объединяющее современное классическое искусство, авангард и традиционную национальную культуру [5].

Музыкальные фестивали, проводимые в Казани, отличаются большим многообразием, прежде всего по жанрам. Это фестивали различной направленности: джазовые, фолк, рок-фестивали, фестивали классической музыки, оперные фестивали, фестивали электронной музыки и многие другие. От этого может зависеть и целевая аудитория определенного

фестиваля. Также это могут быть фестивали на конкурсной основе. В них участвуют, как правило, молодые исполнители, которые приезжают из разных городов, чтобы побороться за звание лучшего. В этом случае специфика музыкального фестиваля несколько отличается: здесь будет обязательным наличие высококвалифицированного жюри, а публика, скорее всего, будет состоять из конкурсантов, их родителей и друзей, педагогов и студентов ВУЗов.

Все больше и больше независимых групп сейчас едет на гастроли, однако, часто это не большие площадки в городах. Это дает даже владельцам малого бизнеса возможность заработать дополнительный доход от музыкальной индустрии туризма. Например, владельцы небольших ресторанов и кафе, баров, организуют площадки, места, позволяющие музыкантам выступать, и часто даже одно шоу может принести хороший доход. Пока музыка соответствует предпочтениям клиентов, часто посещающих заведение, это может способствовать большому повышению доходов [36]. В Казани открыто 2 специализированные школы рок направленности, которые обучают своих учеников игре на разных инструментах и организуют их в музыкальные коллективы.

Музыкально – событийное направление в туризме позволяет решать многие социально- экономические проблемы, присущие не только туристской отрасли. Фестивали являются мощным стимулятором туристского потока. Они привлекают дополнительное количество туристов в страну или место проведения мероприятия, что в свою очередь способствует увеличению валютных поступлений. Кроме того, фестиваль туризм помогает решить проблему сезонности, привлекая туристов в период межсезонья. Существует целый ряд форм освоения музыкальных традиций, постижения и проникновения в сущность музыкальной культуры, того или иного жанра, пропаганда и популяризация ее лучших образцов [14].

Музыкальные фестивали должны помочь в решении проблем, связанных с освоением в Казани фестивального туризма. Ссылаясь на опыт зару-

бежных коллег в проведении фестивалей, следует учесть, что культурное мероприятие, подобного типа не должно быть замкнуто стенами домов, а захватило бы весь город или районный центр [17].

В среде музыкальных туристов можно выделить особую группу - это любители тяжелой музыки. Они предпочитают ездить на большие, шумные многолюдные фестивали, стадионные концерты, а так же концерты в музыкальных клубах разных стран мира. Обычно эти туристы отправляются в популярные страны на грандиозные концертные площадки, на которых можно услышать brutальные гитарные риффы, в окружении людей, которые много лет учатся и совершенствуют свое музыкальное искусство. В нашей стране можно отметить несколько крупных фестивалей. К ним относятся ежегодные, фестивали Доброфест, Нашествие, Улетай.

Событийный туризм музыкальной направленности несёт в себе не разрывную форму воспитания личности связанную с музыкальной деятельностью и её мощным и многогранным воздействием на человека.

Таким образом, одной из популярнейших форм современного туризма можно выделить такое явление как музыкальный туризм. Безусловно, для Республики Татарстан появления больших музыкальных фестивалей станет большим плюсом, как со стороны туристического потока, так и в области экономического развития. Благодаря чему Республика сможет стать своеобразной меккой для посещения фанатов музыки и новой площадкой для выступления всемирно-известных артистов.

1.3. Перспективы развития событийного туризма музыкальной направленности в Республике Татарстан

На Российском туристском рынке в 2017 году, самым популярным видом туризма стал выездной пляжный отдых, его процентная доля составляет 38%, далее по популярности выездной и въездной культурно-познавательный – 20%, а событийный собрал лишь 1%. Несмотря на то, что событийный туризм и приносит хорошую прибыль, но в нашей стране пока широкого развития он еще не получил. Но можно выделить ряд регионов, в которых данный вид туризма успешно развивается. Так, в Ростовской области его доля составляет 40 % в структуре туристической отрасли [19]. В ряде регионов РФ, также данное направление определено как приоритетное для развития: Белгородская область, республика Бурятия, Кировская область, Калужская область, Республика Татарстан, Челябинская область, Ярославская область и другие.

Что касаясь мероприятий, которые проводятся в поддержку развития данного вида туризма, то среди них можно выделить такое событие как Russian Event Awards 2017. В этом году он проводился в городе Липецке, где было множество проектов событийного туризма из разных субъектов страны. Наша Республика также не стала исключением. Было представлено множество проектов событийной направленности: это и музейно-выставочные комплексы, в которых проводятся выставки разных тематик: Болгарский государственный историко-архитектурный музей-заповедник, Государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник «Казанский Кремль»; событийные фестивали исторической направленности: Межрегиональный реконструкторский фестиваль «Восток-Запад: Отечественные войны России», военно-исторический фестиваль «1551. Становление государства Российского»; гастрономические фестивали: «Свияжская уха»; спортивные фестивали: «Ночной велофест»; туристические события деловой направленности: Форум для профессионалов event-

индустрии Winter Event Forum; а также множество проектов которые популяризировали событийный туризм в Республике Татарстан (Том Соьер Фестиваль в Казани, I фестиваль моды, дизайна и уличного перформанса «Окно в Париж»),

В связи с быстрым развитием популярности event-индустрии не только на всероссийском, но и региональном уровне, свое успешное развитие получила и инфраструктура Республики. В 2013 году столица Татарстана, принимала Универсиаду, Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 году и в 2016 Чемпионат Европы по бадминтону, II Международный фестиваль театров кукол «Шомбай-fest», в 2017 XIII Международный театральный фестиваль тюркских народов «Науруз», XIII Казанский международный фестиваль мусульманского кино, фестиваль джазовой музыки «JAZZ в Кремле» с Ольгой Скепнер (бывший Международный фестиваль импровизационной музыки «Jazz в усадьбе Сандецкого»), VI Международный фестиваль духовной музыки «Музыка веры».

К факторам, препятствующим развитию событийного туризма в Республике Татарстан и формированию конкурентоспособного национального туристского продукта на основе событийного туризма, относятся:

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в округах Казани, в т. ч. инфраструктура, предназначенная для организации событийного туризма;
- недостаточное осознание потенциала событийного туризма, его воздействия на региональную экономику;
- дефицит квалифицированных кадров в сфере туризма;
- недостаточное внимание местных и региональных властей к событийному туризму на своих территориях, в т. ч. и при разработке стратегий и программ развития сферы туризма;
- низкая инвестиционная и деловая активность местного населения при организации событийных мероприятий, способных привлечь туристов;

- недостаток информации о проведении событийных мероприятий в Казани и низкая эффективность систем продвижения продукта событийного туризма на рынок [23].

При усовершенствовании туризма в регионе, следует определить потенциальные возможности конкурентоспособности, принимая во внимание следующие условия.

- Сравнительные преимущества туристского региона (Татарстан расположен на востоке Восточно-Европейской равнины, представляющей собой возвышенную ступенчатую равнину с умеренно - континентальным типом климата средних широт). Оценка сравнительных преимуществ создаёт условия для выявления природных, исторических, климатических преимуществ, качественных аспектов инфраструктуры в регионе, пользующемся туристским спросом;

- Ориентация на спрос (Казань каждый год проводит множество культурных и спортивных мероприятий, некоторые из которых стали известны на весь мир): Международный фестиваль театров кукол «Рабочая лошадка», Международный фестиваль классического балета имени Рудольфа Нуриева, Международный фестиваль современной музыки имени Софии Губайдулиной «Concordia». Способность удовлетворить изменения спроса имеет влияние на способность туристского региона конкурировать и выдержать конкурентоспособность. Это связано с целями и поиском новшеств туристского субъекта;

- Инфраструктура (в Казани находится большое количество отелей и мотелей, два вокзала, аэропорт, множество исторических и культурных объектов). Казань вошла в ТОП-10 лучших туристических направлений России по версии портала «Trip Advisor» и аналитического агентства «ТурСтат», и находится на 4 месте по итогам летнего сезона 2017 года. На территории Татарстана расположены три из 29 российских объектов культурного наследия ЮНЕСКО [36]. Существование или отсутствие туристской инфраструктуры может способствовать конкурентоспособности

туристского региона;

- Условия среды (в Татарстане активно разрабатываются проекты по улучшению среды обитания, 2017 год в республике объявлен годом экологии и общественных пространств) [7]. Чаще всего это связано с природной средой и ее влияние на конкурентоспособность.

Музыкальные фестивали могут реализовывать общественные проекты или социальные инициативы:

- 1) проводить благотворительные акции («Seasons: 5.0»);
- 2) собирать средства для помощи социально незащищенным гражданам и группам («Спасти жизнь»);
- 3) заниматься продвижением новых музыкальных направлений, новых музыкальных групп («Emergenza»);
- 4) привлекать к участию талантливую молодежь с ограниченными возможностями здоровья («Белый пароход») [36].

В результате музыкальных предпочтений нынешнего молодого поколения, музыка становится одной из образующих социальной идентификации. Молодежь уделяет музыке гораздо больше внимания, времени, средств, нежели взрослые. Различные музыкальные жанры, саундтреки к художественным и документальным фильмам, популярность в эру техносферы, предоставляющая разнообразные искусственные технические средства для воспроизведения музыки, формирование новых музыкальных направлений, – все это становится спутниками молодого поколения еще с ранних лет [12].

Таким образом, Казань обладает всеми возможностями для совершенствования и развития событийного туризма музыкальной направленности. Однако в качестве значимой отрасли территориальной специализации на данный момент не возможен без руководства государственных власти и разнообразных бизнес-сообществ. Данные события могут встраиваться в существующий социально-культурный ландшафт и являются катализаторами процесса интеграции, популяризации

ценностей, важным механизмом достижения сотрудничества и взаимопонимания, обогащения культур разных народов. В настоящий момент, событийный туризм музыкальной направленности в России, при всей своей возможности ограничивается многочисленными условиями, такими как: плохая дорожная инфраструктура, недостаточная информационная поддержка проводимых культурных мероприятий, нехватка грамотных сотрудников в сфере туризма, отсутствие готовых инвестиционных площадок для организации мероприятий. При правильном продвижении туристских возможностей Казани, событийный туризм музыкальной направленности способен стать доходной отраслью экономики и стать востребованным не только на территории Республики Татарстан, но и на территории всего нашего государства.

2. Разработка проекта интерактивного музыкального фестиваля «International Music Fest»

2.1. Анализ спроса и предложения на музыкальные фестивали в г. Казань

Город Казань обладает огромным потенциалом для создания интерактивных фестивалей. Такие крупные музыкальные мероприятия как фестиваль современной музыки имени Софьи Губайдулиной, фестиваль имени Сергея Рахманинова «Белая Сирень», фестиваль «Денис Мацуев у друзей», получили широкую огласку и признание во многих странах мира. Прохождение фестивалей различной направленности, спортивных событий внесли большой вклад в развитие положительного имиджа республики, а также увеличили туристический поток в нашу республику. Новый, уникальный интерактивный музыкальный фестиваль может привлечь еще больше желающих посетить столицу Республики Татарстан, повысить престиж города, а также востребованность музыкально-событийных туров на рынке туристских услуг. В преддверии международного фестиваля Emergenza 2018, один из отборочных туров которых пройдет у нас в городе, мы проанализировали состояние рынка музыкальных фестивалей в Республике Татарстан.

Для выявления потребности в создании фестиваля был проведен анкетный опрос в социальных сетях. Всего в опросе приняли участие 110 человек. В опросе участвовали следующие категории респондентов: от 14 до 18 лет – 20 человек, лица от 18 до 25 лет – 45 человек, от 25 до 45 лет – 25 человек, лица от 45 лет и старше 20 человек (см. рис. 2). Категории возрастов были выявлены согласно первому вопросу: «Какой у Вас возраст?».

Анализ ответов «Бываете ли вы на музыкальных фестивалях города Казань?», «хотелось бы вам, чтобы в городе было больше подобных мероприятий?», свидетельствует о высокой востребованности данных событийных мероприятий среди респондентов. Положительно на первый

вопрос ответили 82% (90 чел.) опрошенных, на второй – положительный ответ дали 93% (102 чел.). Данный факт говорит о высоком музыкальном интересе жителей молодого и старшего возраста.

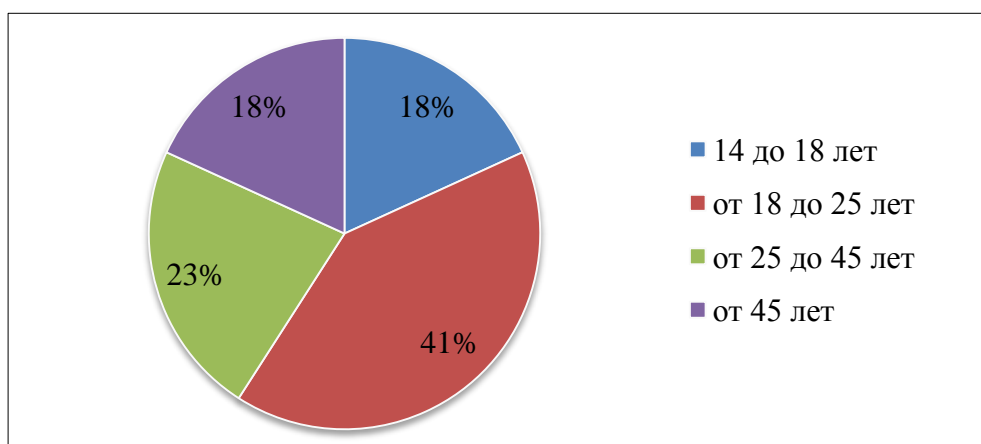


Рисунок 2. Процентное соотношение опрошенных (n=110)

Анализ ответов на вопрос «Интересует ли Вас событийный туризм, музыкальной направленности?» показал, что большинство респондентов считает этот вид туризма довольно интересным – 58%, а 42% опрошенных считают наоборот, что данный вид туризма не особо актуален. По нашему мнению, такое соотношению ответов говорит о том, что событийный туризм, музыкальной направленности является новым видом туризма, и он еще не на слуху каждого человека.

При ответе на вопрос «Посещали ли Вы в своей жизни музыкальные фестивали в других городах?» 15% опрошенных ответили «один раз», 35% ответили «нет» и 50% опрошенных ответили, что вообще не поехали бы в другой город из-за фестиваля (см. рис.3).

Из полученных ответов на последние два вопроса, мы делаем вывод, что событийный туризм музыкальной направленности популярен для разной категории населения, и данный вид туризма стоит развивать как один из ведущих на территории Республики Татарстан.

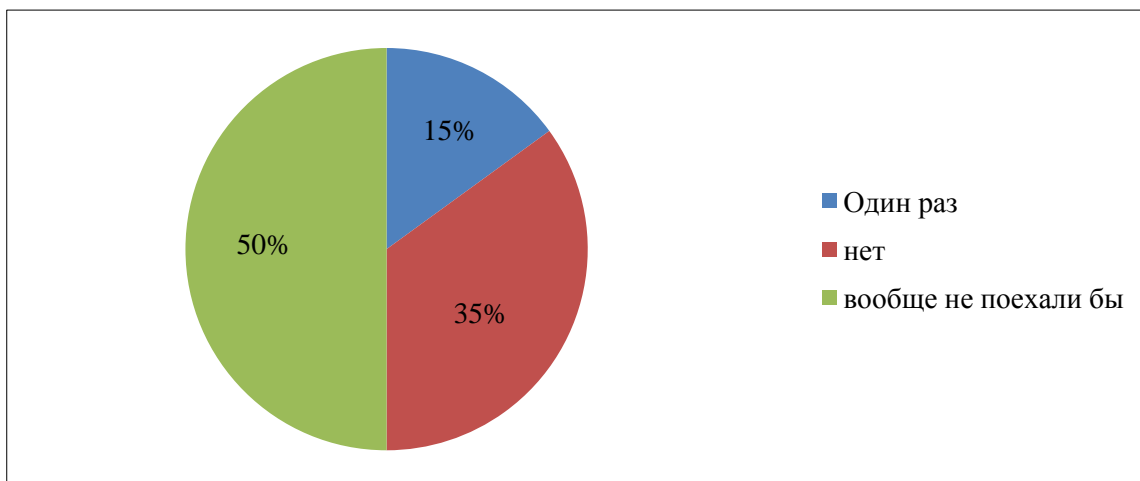


Рисунок 3. Процентное соотношение респондентов по посещаемости музыкальных фестивалей (n=110)

Реклама является важным компонентом в продвижении туристского продукта. На вопрос «Откуда Вы бы хотели получать информацию о музыкальных событиях города?» 35% респондентов предпочитают получать информацию из СМИ, 40 % респондентов – ответило, что из Интернета, 20 % – из афиш, 15 % полагаются на советы друзей и знакомых, 10 % используют другие источники информации.

При ответе на вопрос «Хотели бы Вы побывать в Казани на музыкальном фестивале?» 85% сказали «да», 10% ответили отрицательно и 5 % опрошенных затруднились ответить. Этим мы можем сказать, что г. Казань является популярным местом для туристов. А вот вопрос «Посетив музыкальный фестиваль, Ваша цель?» был выявлен интересный факт, что 50% опрошенных желают посетить фестиваль с целью увидеть любимого исполнителя, посмотреть на музыкальное мастерство, а другие 50% ответили, что хотели бы отдохнуть от трудовых будней с друзьями и хорошо провести время. Поэтому, при разработке нами интерактивного фестиваля мы должны включить в его программу не только выступление артистов, но и выделить время для до

суговой части, которая позволила бы гостям хорошо отдохнуть, провести время с друзьями и глубже бы погрузила в мир музыки.

При анализе ответов на вопрос «Какие причины могут заставить Вас отказаться от посещения музыкального фестиваля с любимой группой в г. Казани?» было выявлено, что 35% (40 человек) опасаются возможности террористического акта в связи с большим скоплением людей, 55% (60 человек) не приедут на фестиваль, если не будет их любимых групп или музыкантов. Однако 10% (10 чел.) респондентов уверены, что ни одна из причин не повлияет на их решение посещения музыкального фестиваля с любимым артистом (см. рис.4).

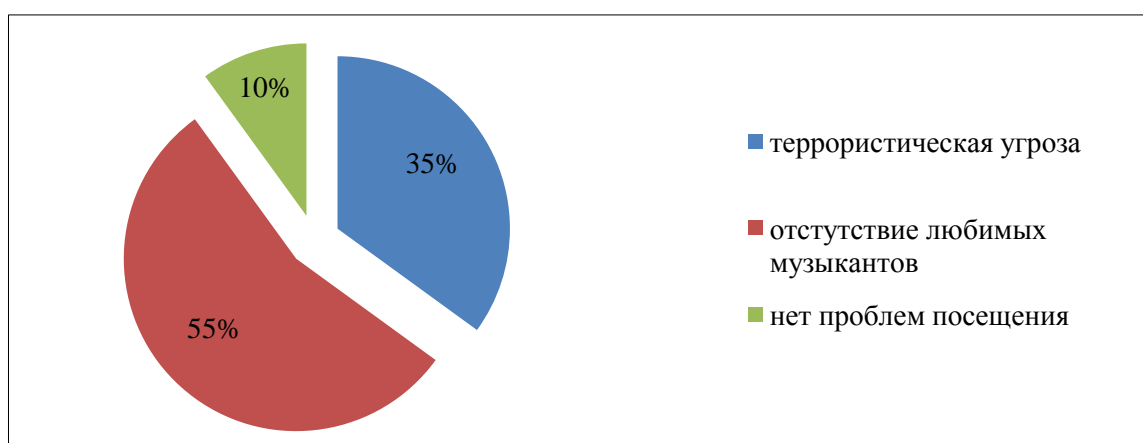


Рисунок 4. Причины, которые способствуют отказу от посещения интерактивного музыкального фестиваля (n=110)

Изучив спрос на предложение приехать в г. Казань для посещения интерактивного музыкального фестиваля мы сделали вывод, что событийный туризм, музыкальной направленности будет востребован, если в него включить насыщенную программу, в которой будет совмещен не только концерт с выступлением любимых артистов, но и программа, которая сможет отвлечь гостей от трудовых будней, рассказать им что то новое и помочь интересно провести время с друзьями.

2.2. Описание проекта фестиваля «International Music Fest»

В предыдущей главе работы была проанализирована популярность такого направления, как событийный туризм музыкальной направленности. Тенденции развитию туристской деятельности в последнее время, нарастающая динамика в развитии внутреннего туризма, актуализируют поиск новых направлений туризма. Опыт других регионов показывает, что событийный туризм становится одним из перспективных направлений. Интерес к музыке, ее истории, жанрам, а так же живому исполнению приводит к необходимости интеграции мирового музыкального наследия в туристско-рекреационную среду нашей Республики. Представим опыт событийного туризма. Подобные мероприятия пользуются большой популярностью, например, в феврале в столице Татарстана проходит Международный оперный фестиваль имени Федора Шаляпина – один из самых представительных российских фестивалей оперного искусства, в июле VII международный фестиваль имени Сергея Рахманинова «Белая сирень», в ноябре Международный фестиваль современной музыки имени Софии Губайдулиной «Concordia», в декабре международный фестиваль татарской эстрадной песни «Татар Жыры» [35].

Проанализировав мероприятия, проходящие в городе Казань возникла идея о создании проекта «International Music Fest». Главной целью которого является знакомство с историей музыки, путем создания музыкального фестиваля.

В рамках работы нами разработан «International Music Fest», который учитывает все необходимые требования к событийному туризму. Данный проект подразумевает собой знакомство с историей музыки, ее культурой, с укладом жизни музыкантов. При создании продукта мы акцентировали внимание на интерактивной программе, которая поспособствовала бы увеличению интереса к тематике музыкальной индустрии.

В связи с этим, можно предположить, что данный проект будет так же востребован жителями и гостями республики.

Фестиваль (фр. festival, от лат. festivus – «праздничный») – массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства [26].

Целью создания данного фестиваля является приобщение жителей Татарстана и других субъектов РФ к музыкальной индустрии и повышение привлекательности туристской дестинации.

Задачами музыкального фестиваля являются:

- повышение имиджа города Казань;
- содействие в развитие творчества молодежи;
- поиск новых партнеров;
- привлечение новых туристов;
- формирование музыкального вкуса;
- привлечение квалифицированного персонала.

Подобные мероприятия способствуют прямым инвестициям в развитие местной инфраструктуры (строительство отелей, ресторанов, развитие транспортной сети и т.п.) и т.д.

Концепция фестиваля «International Music Fest» заключается в повышение привлекательности региона с помощью музыкального события. На Казанской сцене представлены множество групп, различных музыкальных жанров и направлений, а так же можно привлечь коллективы из соседних регионов. На территории фестиваля будет располагаться: музыкальные сцены, зоны мастер классов, пункты питания, фотозоны и другие сопутствующие инфраструктуры.

Данный проект имеет так же воспитательную и образовательную направленность. Гости фестиваля проникнутся в историю музыки, посмотрят на игру музыкантов, послушают любимую музыку, а также в зоне мастер-классов попробуют себя в качестве полноценного участника сцены. Здесь будут оказываться услуги развлекательного характера.

Для успешной реализации проекта, прежде всего, необходимо определить, кто будет организаторами и инвесторами проекта и при чьей поддержке данное мероприятие будет проходить. Необходимо так же разработать план проекта, рассчитать его стоимость и рассмотреть всю работу по подготовке и проведению проекта.

Ожидаемые конечные результаты реализации проекта:

- увеличение турпотока в город Казань; (увеличение количества туристов в столице Республики Татарстана)
- развитие событийного туризма музыкальной направленности (увеличение музыкальных фестивалей на территории Республики Татарстан);
- создание обстановки для духовного и творческого развития гостей фестиваля (повышение уровня осведомленности в музыкальной индустрии).

Планируемое место проведения фестиваля: Фабрика Алафузова, ул. Гладилова, 55 – общее название комплекса кирпичных и железобетонных зданий, начало которому было положено купцом Иваном Ивановичем Алафузовым. В 1859 году он выкупил кожевенный завод, принадлежащий семье купца Котелова, в последующие годы реконструировал и увеличил площадь завода деревянно-кирпичными постройками в два и три этажа. К 1918 году, промышленный комплекс Алафузова насчитывал 30 подразделений. Льнопрядильную фабрику переименовали в Казанский льнокомбинат, история которого закончилась в 2006 году банкротством. В 2013 году землю и все строения на ней выкупил промоутер Андрей Питулов – планировавший реконструировать фабрику и надстроить порядка 4000 квадратных метров площадей под апартаменты. На сегодняшний день на данной территории располагается арт-площадка, где за прошедший год были проведены такие мероприятия как: «Ночь музеев», вечеринки BNF, Казанский тату-фестиваль, ночные маркеты. Здесь снимали кино, проводили выставки, кинопоказы и арт-перформансы. Первый этаж оборудован всем необходимым для проведения фестиваля – есть сцена, звук и свет, гримерки, а также зона для размеще-

ния посетителей фестиваля, а также проведено отопление, что позволяет использовать пространство в любое время года [42].

К причинам выбора данного месторасположения фестиваля можно отнести: выгодное географическое положение, отдаленность от жилых домов, большая площадь объекта, полное соответствие тематике фестиваля, доступность площадки для организации и проведения мероприятий.

Фестиваль будет иметь смысл проводить летом, т. к. именно в это время года у молодежи, в связи с отсутствием учебы, появляется больше времени.

Целевая аудитория мероприятия жители города Казани, Республики Татарстан, а так же туристы посещающие город в летнее время.

Содержание самой выставки будет включать в себя 2 музыкальные сцены. Одна из них главная, другая малая, где будут выступать музыканты или музыкальные группы. Лавки с изделиями ручной работы, где можно будет прикупить изделия связанные с музыкой, площадки, где будут проводиться мастер-классы игры на инструментах, места питания, фотозоны. От погодных условий можно будет укрыться в самом помещении фабрики, где кроме различных галерей есть бары и лаундж зоны. Музыкальную атмосферу создадут и зона показов фильмов или музыкальных клипов, и небольшой музей под открытым небом с использованием различной атрибутики, которая принадлежала известным артистам, а так же автограф сессия и возможность живого общения с музыкальными коллективами. Будет несколько небольших площадок, посвященных различным направлениям. На них можно будет познакомиться с культурой, историей зарождения жанра, сыграть на инструментах или примерить разнообразные сценические образы известных артистов.

Ниже представлен распорядок мероприятий одного дня фестиваля (см. табл.2).

Таблица 2

Распорядок мероприятий одного фестивального дня

Время	Мероприятие
10:00-11:00	Открытие фестиваля, открытие фотозон
11:00-22:00	Начало работы бара
11:00-18:00	Начало работы малой сцены (выступление учеников Казанской школы рока «The Road»)
15:00-18:00	Начало работы зон мастер-классов (обучение игры на гитаре, барабанах, бас-гитаре). Студии вокала и умение держаться на сцене)
18:00-23:00	Начало работы большой сцены (Выступление групп: «Самцы», «Детский Царь», «Nalien», «СДНХ» и хедлайнеров из Москвы «Бау» и Mc «Антоха»:).

Татарстан многие знают, как Родину музыкальных талантов таких исполнителей как Салих Сайдашев, Ренат Ибрагимов, Сара Садыкова, Алсу, Федор Шаляпин. Эти великие таланты способствуют формированию привлекательности туристской дестинации. Погружение в мир музыки начнется прямо с входа на фабрику. Гостей фестиваля будут встречать живым звуком исполнения известных музыкальных композиций.

На самом фестивале посетители могут увидеть несколько точек, для фотографирования, где будет представлена атрибутика для фотографирования в роли музыкантов различных направлений: от классической музыки, до тяжелого метала. К примеру, одну из нескольких фото зон:

Фото в стиле «Heavy Metal» представляет собой набор одежды в стиле металлистов 80-х годов, а именно: кожаная куртка «косуха» с заклепками и нашивкой любимой группы, джинсы или кожаные штаны, темные очки, цепи, парики с длинными прядями волос, шипастые браслеты. Можно будет взять в руки V-образную гитару, сесть за барабан или же почувствовать себя фронтменом и взять в руки стойку с микрофоном. Декорации будут выглядеть в виде небольшой музыкальной сцены. Фотографию можно будет сде-

лать самому на свой фотоаппарат или же заказать профессиональные кадры у фотографа.

На мастер-классах каждый из посетителей фестиваля сможет опробовать себя в роли музыканта и сыграть простую мелодию на любом из инструментов. Профессиональные музыканты обязательно помогут правильно расположить инструмент, покажут несколько простых азов игры и помогут любому ощутить себя настоящим артистом, выступающим на сцене.

На главной музыкальной сцене фестиваля будут выступать российские музыкальные группы, а на малой коллективы казанской консерватории, школы рока, джазовой музыкальной школы.

Уникальность проекта заключается в его творческой направленности, содействии в формировании музыкального вкуса, привлечению новых потоков туристов, продвижению нашей Республики на внутреннем и внешнем туристическом рынке.

Таким образом, фестиваль «International Music Fest» может поспособствовать улучшению состояния событийного туризма, музыкальной направленности в городе Казани, который в свою очередь, в будущем сможет стать одной из базовых отраслей экономики нашего региона

2.3. Экономическое обоснование проекта музыкального фестиваля «International Music Fest»

Для оценки эффективности и результативности создания и проведения данного проекта, необходимо проанализировать финансовую составляющую проекта через ряд следующих экономических показателей (Таблица 3).

Таблица 3

Примерный перечень первоначальных затрат на создание фестиваля

Наименование	Количество	Цена	Стоимость	Примечания
Аренда и подготовка помещений для проведения мероприятия	500 кв. м	250	125 000	200 кв. м для малой сцены, и 300 кв.м. для большой сцены
Аренда сценического оборудования и его монтаж			20 000	+ доставка по г. Казань
Организация и подготовка помещений для проведения мастер-классов	6	5000	30 000	
Закупка продуктов питания	-		40 000	Закупка напитков, а также организация фуршета
Рекламная деятельность			60 000	Афиши, сайты «vkontakte», «instagramm»
Организация проживания участников	10	1800	36 000	Проживание в отеле 4*, номера стандарт (размещение по 2чел.), продолжительность проживания - 2 суток
Печать билетов и прочих пропускных документов	2 200	-	10 000	Билеты с отрывным корешком, браслеты, бейджи

Далее выделим переменные затраты, которые отражены в таблице 4
К ним относятся: фотографы, ведущие, мастера, техническая группа, уборщики, охранники – т.е. необходимая сфера обслуживания.

Примерный перечень переменных затрат на создание фестиваля

Наименование	Количество	Количество за шт. (руб.)	Количество часов	Стоимость
Транспортные расходы. Организация встречи и проводов участников	1	600	2	1200
Работа барменов	2	500	6	9000
Работа мастеров	5	1 000-2 300	6	39000
Работа охранников	4	500	6	12000
Работа технической группы	1	1500	6	9000

Таким образом, стоимость турпродукта «International Music Fest» по результатам расчётов составляет: 351 200 руб. В стоимость входят не только начальные затраты, но и текущие. К переменным затратам можно отнести: затраты на поиск сотрудников, создание сайта, затраты на совершенствование дизайна объектов, вывоз мусора, обустройство павильона мебелью и профильным оборудованием и др.

Выручка от фестиваля складывается от реализации входных билетов, услуг питания, продажи сувенирной продукции. Посчитаем приблизительную выручку: предположим, что средняя численность фестиваля составит 1 000 человек. Цена входного билета: 500 руб. Средний чек бара 400 руб. Отметим, что все значения является ориентировочными.

Посчитаем выручку от реализации: $\text{Выручка} = \text{Цена} * \text{Количество}$

1. Выручка от реализации билетов: $(1\ 000 \text{ чел.} * 500 \text{ руб.}) = 500\ 000$ руб.

2. Выручка от реализации услуг питания. Допустим, что 50% от числа посетителей воспользуются услугами бара 1 раз. Следовательно: $(500 \text{ чел.} * 400 \text{ руб.}) = 200\ 000$ руб.

3. Выручка от продажи сувенирной продукции. С учетом, что средний чек на продукцию составляет 400 руб. Допустим, что 20% от числа посетите-

лей приобретут сувенирную продукцию. Следовательно: (200 чел. * 400 руб.) = 80 000 руб. От данной суммы мы получаем выручку 10%, соответственно 8 000 руб.

Посчитаем общую приблизительную выручку от реализации проекта: 500 000 руб. + 200 000 руб. + 8 000 руб. = 708 000 руб. Далее на основе полученных данных мы можем рассчитать примерный срок окупаемости проекта. Срок окупаемости проекта – это время, необходимое для того, чтобы чистая прибыль от проекта покрыла суммарный объем инвестиций в него. Для этого рассчитаем чистую прибыль по формуле: Чистая прибыль = Выручка – Затраты: 708 000 руб. – 351 200 руб. = 356 800 руб.

Ниже приведены мероприятия, необходимые для организации музыкального фестиваля:

- составление плана фестиваля;
- выбор и подготовка сотрудников, участвующих в мероприятии;
- приглашение участников;
- составление сметы мероприятия;
- разработка сопутствующих материалов, а также реклама мероприятия;
- оформление сцены и монтажные работы;
- непосредственное участие;
- подведение итогов.

В организации данного мероприятия могут принять участие «Rockstar» бар, студии звукозаписи «BACKLINE+», «B&W», «HELLCRAFT», школа рока «THE ROAD», школа современных искусств «Now&How», организаторы концертов: «KURALESYA PROMO», «Spasmatic Promotion»; резиденция креативных идей «ШТАБ», творческая лаборатория «УГОЛ», центр современной культуры «Смена», лофт – пространство «ALAFUZOV_LOFT».

Финансирование на создание фестиваля подразумевается из федеральных, муниципальных, региональных бюджетных источников, а также привлечения различных внебюджетных денежных средств, либо возможность

привлечения грантовой поддержки или помощи волонтеров в лице студентов творческих профессий.

Исходя из представленных расчетов, можно сделать вывод о том, что данный проект не требует относительно высоких вложений. Благодаря созданию подобных мероприятий можно повысить привлекательность Республики Татарстан на внутреннем туристском рынке, привлечь дополнительный туристский поток, а также поспособствовать становлению внутреннего туризма в Российской Федерации.

Заключение

На сегодняшний день сфера туризма является очень динамичной и быстро развивающейся не только в России, но и во всем мире. С каждым годом появляются все новые и новые потребности в разработке и поиске новых форм турпродукта, видов и направлений туризма. Не исключением становится и событийный туризм, так как является почти неисчерпаемым по содержанию туризмом. События встраиваются в нашу жизнь, мобилизуя потоки туристов, заставляя их открывать новые для себя места и уголки на всей планете, тем самым дают развитие не только внешнему, но и внутреннему туризму страны. Россия обладает огромным потенциалом для развития событийного туризма, ведь каждый субъект, каждый город нашей страны может удивить туриста, не только своим местным колоритом и культурной составляющей, но и также огромным количеством мероприятий, выставок, фестивалей, которые непосредственно связаны с данной местностью, либо значимыми людьми, которые имели к ней отношение. Также хорошо развитым сегментом событийного туризма является деловой туризм с целью посещения выставок и других крупных событий – конференций, конгрессов.

Событийный туризм – перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка и чрезвычайно интересное направление. Но, к сожалению, данное направление еще мало изучено, и поэтому на сегодняшний день, событийный туризм не имеет четкого определения ни на законодательном уровне, ни среди профессионалов туристической отрасли.

Сегодня развитию событийного туризма в нашей стране придается особое внимание на всех уровнях. Но, несмотря на наличие негативных факторов, событийный туризм имеет хорошие перспективы развития не только в центральных городах России, таких как, Москва и Санкт-Петербург, но и в других регионах.

Республика Татарстан обладает значительным наследием для формирования туристского продукта и продвижения его на внутреннем и внешнем

рынках, для превращения туризма в базовую отрасль городской экономики. Вследствие создания проекта фестиваля «International Music Fest» можно не только повысить значимость Республики на внутреннем туристском рынке и привлечь дополнительный турпоток в регион, но и также обогатить культуру Татарстана путем приобщения к музыкальной индустрии, ее истории и аспектам развития, значимым личностям, не только нашей страны, но и на интернациональном уровне.

Список использованной литературы

1. Доклад руководителя Федерального агентства по туризму Сафонова О.А. «Событийный туризм – драйвер роста экономики» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/news/12170/>, свободный. (Дата обращения: 01.02.2017 г.).
2. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы): Постановление Правительства Российской Федерации от 02 августа 2011 г., № 644 // Правовая система «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 28. 11. 17 г.).
3. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 3 мая 2012) // Правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (Дата обращения: 13.12.2017)
4. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-pravitelstva-rf-ot-11112014-n-2246-r/>, свободный. (Дата обращения: 01. 12. 17 г.).
5. «О Стратегии социально-экономического развития муниципального образования г. Казани до 2030 года» И. Р. Метшин [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.kzn.ru/kzn-2030>, свободный. (Дата обращения 20.11.2017)
6. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2016 год [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_857409.pdf, свободный. (Дата обращения: 01.12.2017г.).

7. Постановление Кабинета Министров № 522 от 21.07.2014 "Об утверждении государственной программы «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014 –2020 годы» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://base.garant.ru/22517592/>, свободный. (Дата обращения: 17.04.2017 г.).
8. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М – СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. – 544 с.
9. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб. – метод. пособие / С. В. Донских. – Минск: РИПО, 2014. – 112 с.
10. Большая советская энциклопедия. Т 3 — М.: Советская энциклопедия. 1969—1978.
11. Соколова, М. В. История туризма [Текст] : учебное пособие / М. В. Соколова. – М.: Мастерство, 2002. – 352 с.
12. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2011. – №6, вып.2(186). – С.167-172.
13. Власова, Т. И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т. И. Власова, А. В. Алейников / Вестник НАТ. – 2015. – № 1. – 40 с.
14. Воронина А.Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма / А.Б. Воронина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И Вернадского. География. Геология. – 2011. – №1. – С. 161 – 172.
15. Дашевская И. Г. Новые проекты в сфере культурного туризма // Евраз. экономика, право, политика. - 2015. - № 1 (17). - С. 48-54.
16. Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Известия высших учебных заведений. Северо – Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2007. — № 6. — 116—119 с.

17. Корж Е.В. Перспективы развития музыкального туризма / Е.В. Корж // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма. –2015. – №1(2) . – С. 254 – 256.
18. Лакомов, Е. Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук / Е. Ф. Лакомов. – М., 2013. – 28 с.
19. Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка / Е.Г. Леонидова // Universum: экономика и юриспруденция. – 2015. – №7(18). – С. 3 – 9.
20. Машкович, Е. А. Оценка понятия «Туристская дестинация» в контексте современной туристики» / Е. А. Машкович // Известия Иркутской государственной экономической академии, 2007. - №6, С. 22-27
21. Пикалов В.П. Роль музыкального туризма в формировании культуры личности / В.П. Пикалов // Научно-методический и информационный журнал курорты, сервис, туризм. –2016. – № 3–4 (32–33). – С. 41 – 45.
22. Тигиева Д. Г. Музыкально-фестивальный туризм как феномен потребительского спроса среди молодежи/ Д.Г. Тигиева // Система ценностей современного общества. - 2016. - №46 (11). - С. 124-128.
23. The Calvert Journal [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.calvertjournal.com/features/show/6186/creative-cities-2017-innovators-russia>, свободный. (Дата обращения: 30.12.2017 г.).
24. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/babkin.htm, свободный. (Дата обращения: 29.11.2017).
25. Всероссийская открытая Ярмарка событийного и молодёжного туризма – «Russian open Event Expo» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://2013.sobtur.com/o-proekte/>, свободный. (Дата обращения: 12.11.2017 г.).
26. География туризма: Учебное пособие – [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/zazgarskaya1.htm, свободный. (Дата обращения: 13.12.2017).

27. Конкурентными преимуществами социально-экономического развития Республики Татарстан [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://venturevolga.com/respublika-tatarstan>, свободный. (Дата обращения: 12.12.2017).

28. Лучшие города России. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2441305>, свободный. (Дата обращения: 16.11.2017 г.).

29. Лучшие метал-фестивали 2017: куда стоит поехать в этом году? [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://eatmusic.ru/luchshie-metal-festivali-2017-evropa/>, свободный. (Дата обращения: 18.11.2017 г.).

30. Музыкальный туризм [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://puteshestvenik.ru/muzyikalnyiy-turizm.html>, свободный. (Дата обращения: 17.12.2017 г.).

31. Музыкальный туризм «взорвал» британскую экономику [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.tourprom.ru/news/12967> свободный. (Дата обращения: 07.12.2017).

32. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=1313>, свободный. (Дата обращения: 12.12.2017 г.).

33. Официальный сайт фестиваля «Кубана» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.kubana.com>, свободный. (Дата обращения: 07.12.2017).

34. Официальный сайт фестиваля бардовской песни им. Валерия Грушина [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://grushinka.ru>, свободный. (Дата обращения: 07.12.2017).

35. Праздники и фестивали в Казани [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://komanda-k.ru/>, свободный. (Дата обращения: 15.12.2017г.).

36. Программа развития туризма в Казани: долго, трудно, на свои [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://realnoevremya.ru/analytics/23869>, свободный. (Дата обращения: 12.11.2017 г.).

37. Рок-н-ролл мертв, а PR - еще нет! Институт общественных связей [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.ipr.by/ru/articles/2006/article_8.html, свободный. (Дата обращения: 07.11.2017).
38. Рынок выездного туризма в 2017 году [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.atorus.ru/ratings/analitic_mrch/new/41315.html, свободный. (Дата обращения: 14.01.2018 г.).
39. Самые известные фестивали мира [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://samogo.net/articles.php?id=2070>, свободный. (Дата обращения: 07.11.2017).
40. Самые старые крупные музыкальные фестивали Европы [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.rate1.com.ua/kultura/muzyka/1874/>, свободный. (Дата обращения: 10.12.2017).
41. Событийный туризм, сущность, значение, основные подходы к организации [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://studwood.ru/1186595/turizm/sobytiynyy_turizm_suschnost_znachenie_osnovnye_podhody_organizatsii, свободный. (Дата обращения: 16.11.2017 г.).
42. Фабрика Алафузова: станет ли Кировский центром творческой жизни? [Электронный ресурс] / режим доступа <http://www.sobaka.ru/kzn/lifestyle/realty/30555>, свободный. (Дата обращения: 16.11.2017 г.).
43. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm, свободный. (Дата обращения: 12.05.2017 г.).