


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования «Сочинский государственный  
университет»  
в г. Анапе Краснодарского края


Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

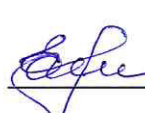
«Допущена к защите»  
Протокол № 1 от «10» 06 2021 г.  
Заведующий кафедрой  
к.п.н., доцент  
  
Стародуб К.А.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
профилю «Гостиничная деятельность»

**«ПРОВЕДЕНИЕ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР  
ПРОДВИЖЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ»**

Выполнил(а) студент(ка)  
5 курса группы 16-ЗГД-А  
заочной формы обучения  
направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
  
Арбаева Валерия Валерьевна

Научный руководитель:  
к.э.н., доцент  
  
Оргина Елена Васильевна

Анапа, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ПРОВЕДЕНИЕ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ КАК СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В РЕГИОНЫ .....	6
1.1 Методологические основы организации массовых мероприятий .....	6
1.2 Современные формы проведения массовых мероприятий .....	12
1.3 Проведение массовых мероприятий как стратегия привлечения туристов в регионы.....	22
ГЛАВА 2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ОТЕЛЬ «FIOLETO».....	27
2.1 Организационно - правовая характеристика ООО отеля «Fioleto» .....	27
2.2 Анализ культурно - развлекательных мероприятий, проводимых в отеле...31	
ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА EVENT-МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ОТЕЛЯ «FIOLETO» С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЗАГРУЗКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	38
3.1 Разработка концепций массовых мероприятий.....	38
3.2 Оценка эффективности и рекомендации по продвижению массовых мероприятий в отеле.....	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	47
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....	51
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	55
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	56

## ВВЕДЕНИЕ

Сфера индустрии гостеприимства в настоящее время характеризуется ситуацией острой конкуренции, и для укрепления положения на рынке, повышения конкурентоспособности увеличения прибыли предприятию гостеприимства приходится искать нетрадиционные инструменты. Одним из таких инструментов стали массовые мероприятия, направленные на получение не одноразового эффекта, а на формирование имиджа территории и гостиницы, развитие гостиничной индустрии в результате их влияния на общественные интересы и потребности. Практически любой современный отель располагает качественной деловой инфраструктурой и ориентирован на проведение мероприятий самого разного рода – от переговоров и тренингов для небольших групп до конференций, съездов инсентив - программ на рассчитанных на большое количество участников. В условиях обостряющейся борьбы за MICE-клиента гостиничные компании ищут своего рода «фишки», позволяющие, помимо качества инфраструктуры, технического оснащения интернет - связи, выделиться еще и оригинальностью предложения.

Тема представленной выпускной квалификационной работы: «Проведение массовых мероприятий как фактор продвижения и развития курортных территорий», актуальность, которой очевидна по той причине, что в Краснодарском крае и в частности в г.-к. Анапа массовые событийные мероприятия – одно из наиболее динамично развивающихся направлений туристской и гостиничной отрасли. С каждым годом количество ярких, масштабных мероприятий в регионе неизменно увеличивается, что положительно сказывается на росте турпотока в край. В связи с этим перед предприятиями индустрии гостеприимства стоит задача привлечения туристов посредством event-мероприятий и маркетинга. Все вышесказанное вызывает необходимость исследования влияния массовых мероприятий на привлечение туристов в гостиницу.

Цель работы: исследовать влияние массовых событийных мероприятий на привлечение туристов в отель и разработать event-мероприятия для отеля «Fioleto» с целью повышения уровня загрузки предприятия.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

1. Изучить методологические основы организации массовых мероприятий и современные формы их проведения;
2. Получить краткую характеристику ООО отеля «Fioleto»;
3. Проанализировать культурно - развлекательные мероприятия отеля, а также влияние массовых событийных мероприятий г.-к.Анапа на ООО отель «Fioleto»;
4. Разработать концепцию массовых мероприятий для отеля «Fioleto»;
5. Оценить экономическую эффективность предлагаемых массовых мероприятий в отеле.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является ООО отель «Fioleto».

Предметом исследования выступают массовые мероприятия как инструмент привлечения туристов, а также система организации культурно - развлекательных мероприятий в отеле «Fioleto».

Теоретическая значимость работы состоит в том, что ее основные рекомендации и выводы могут быть использованы для формирования системы мер по развитию массовых мероприятий в регионе.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности использования разработок автора в деятельности конкретного предприятия, а также других учреждениях города - курорта Анапа.

В написании работы применялись методы системного подхода, описательный, метод анализа, информационного и экономического исследования.

Гипотеза исследования: при правильном подходе к организации массовых мероприятий, возможно успешно решить социально-культурные задачи формирования имиджа района не только внутри края, но и страны, и,

как следствие, увеличить турпоток и финансовый приток участников туристского рынка.

Структура выпускной квалификационной работы: состоит из введения, трех глав, рекомендаций и выводов к ним, заключения, списка использованных источников и приложения. Общий объем работы 55 страниц, работа содержит 7 таблиц и 1 рисунок. Список использованных источников включает 40 литературных и интернет ресурсов.

Теоретической базой послужили современные научные труды ведущих специалистов в сфере гостеприимства: Асановой И.М., Гончаренко А.Б., Бабкин А.В., Биржакова М.Б., Багдасарян В.Э. и других. Фактический материал был получен из отчетной документации, статистики и интернет ресурса ООО отеля «Fioleto».

## **ГЛАВА 1 СФЕРА ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТА**

### **1.1 Методологические основы организации массовых мероприятий**

В последнее время в стране активно развиваются многочисленные виды и жанры массовых мероприятий. Это обусловлено непрерывно возрастающим культурным уровнем молодежи, необходимостью общения и более организованного проведения досуга. Сегодня главным направляющими деятельности организаторов массовых мероприятий является организация содержательного свободного времени, удовлетворение их разнообразных интересов, воспитания патриотизма и гражданственности.

В настоящее время прочно вошло понятие массовое мероприятие, однако в его понимании и употреблении существуют разночтения. Массовое мероприятие - это особенное социальное явление, открытое для всех желающих, проведение которого связано с особенными событиями в культурной, общественной и политической жизни страны. Массовое мероприятие – это большое сосредоточение людей, объединенных одной идеей, целью, эмоциями.

Массовое мероприятие – это, заранее спланированное собрание людей, определенное по месту, времени, количеству участников и проводимое в соответствии с действующим законодательством [20].

Любое массовое мероприятие имеет цель и задачи.

Цель мероприятия – это спланированный результат мероприятия, который достигается по его окончанию. В ходе проведения мероприятия определяются и реализуются задачи, которые способствуют более эффективному и полному достижению цели.

В зависимости от поставленных целей и задач, массовые мероприятия подразделяются:

### 1. Спортивные мероприятия.

Целью таких мероприятий является формирование у молодежи здорового образа жизни.

Задачами мероприятия-достижение результатов в спорте, воспитание высоко - духовных качеств личности, поиск наиболее одаренных спортсменов и т.д.

Формы спортивных мероприятий–разно уровневые соревнования в различных видах спорта, спартакиады, олимпиады, эстафеты, марафоны, походы.

### 2. Мероприятия политического характера.

Целью политических мероприятий становится прямое привлечение граждан к деятельности партий, движений или организаций.

Задачи - создание положительного образа партий, формирование повышенного внимания и личной заинтересованности к работе партий и организаций, достижение определенных результатов этой работы.

Формы политических мероприятий – шествия, демонстрации, собрания, акции, пикеты [5].

### 3. Рекламно-коммерческие мероприятия.

Цель таких мероприятий - получение максимальной прибыли и успешное продвижение новых товаров на рынке сбыта.

Задачи – раскрытие положительных качеств товаров, их сущности и возможности, показать потенциальному покупателю необходимость владения этими товарами.

Формы рекламно - коммерческих мероприятий - ярмарки, выставки-продажи, рекламные акции, презентации [36].

### 4. Религиозные и духовно – просветительские мероприятия.

Цель религиозных и духовно – просветительских мероприятий – знакомство с основами православной, мусульманской, буддийской, иудейской

культур; основами мировых религиозных культур и светской этики, воспитание бережного отношения к историческому и культурному наследию.

Задачей - формирование чувства любви к Родине, району, селу, школе на основе изучения национальных культурных традиций и исторических ценностей.

Формы религиозных и духовно-просветительских мероприятий - религиозный праздник, в который включены культовые обряды и ритуалы, собрания и тематические лекции.

#### 5. Деловые мероприятия [10].

Чаще всего деловые мероприятия - это имиджевые мероприятия. Цель деловых мероприятий - формирование положительного образа компании.

Форма деловых мероприятий - деловые встречи, приемы, собрания, заседания и т.д.

#### 6. Культурно - массовые мероприятия [26].

Цель культурных массовых мероприятий - организация содержательного свободного времени молодёжи, удовлетворение её интересов путём проведения различных форм культурно - массовой работы, направленной на повышение воспитательных функций досуговой деятельности.

Задачи культурно - массовых мероприятий формулируются в зависимости от тематической направленности, но в основе своей базируются на принципах национально - патриотического и нравственно - эстетического воспитания.

Задачи - приобщение молодого поколения к ценностям традиционной национальной и мировой культуры, возведение базиса личностной культуры, формирование гражданских качеств.

Формы культурно - массовых мероприятий - это праздники, зрелища, театрализованные представления, фестивали, смотры - конкурсы, слеты, агитбригады, тематические концерты, игровые и танцевальные программы.

Все культурно - массовые мероприятия для молодежи имеют свою специфику и характерные особенности.



Характерными особенностями культурно-массовых мероприятий являются:

- Планирование и организация культурно-массового мероприятия.

Нельзя назвать мероприятием спонтанное и случайное действие толпы. Оно не имеет целей, задач, неопределенно по форме и содержит угрозу для окружающих.

- Место проведения культурно - массового мероприятия.

Мероприятия под открытым небом проводятся в местах, подходящих для сбора большого количества народа и в соответствии с правилами техники безопасности. Местами для проведения мероприятий могут быть парки, скверы, стадионы, площади, улицы с временно ограниченным или полностью перекрытым движением транспорта, природные ландшафты. Часто в праздничное пространство включены историко-культурные сооружения— памятники боевой и военной славы, монументы, современные и исторические архитектурные строения. Иногда для усиления образности в праздничном пространстве мероприятия используется специфика ландшафта—водоемы, возвышенности, склоны (эффект амфитеатра), возможности естественного освещения, погодные условия и даже природные явления (восход и закат солнца, «белые ночи», «северное сияние»).

Остальные мероприятия проводятся на базе культурно - досуговых, историко-культурных учреждений, спорткомплексов, в помещениях учреждений образования [4].

- Проведение культурно-массового мероприятия в ограниченном, организованном пространстве.

Для проведения массового мероприятия должны быть определены границы праздничного пространства, особенно, если праздник проводится под открытым небом. В рамках этих границ отводятся места для одной или нескольких концертных площадок, планируются площадки для игр, танцевальных программ, зон отдыха и др. Вне границ праздничного пространства массовое мероприятие не проводится.

- Ограничение во времени культурно-массового мероприятия.

Мероприятия, имеющие четкие временные границы чаще всего проводятся в помещениях, где зрительская аудитория размещена со строгим планом на специально предназначенных участках, и все её перемещения прогнозируются, планируются и контролируются. Например, проведение концерта, на который зритель приходит в определенное место, указанное в приглашении. Пребывание и перемещение зрителя в культурно–досуговом учреждении регламентируется: отводится время на посещение гардероба, на организованный вход в концертный зал, рассадку. Сама длительность концерта запланирована организаторами мероприятия исходя из хронометража отдельных номеров и реприз ведущих.

Массовые мероприятия под открытым небом имеют начальную временную границу [14]. Конечная граница может передвигаться, как в сторону увеличения, так и уменьшения. Если в ходе мероприятия достигается положительный эмоциональный и психологический эффект, посетители праздника с удовольствием участвуют во всех, предложенных организаторами, праздничных аттракционах.

- Планирование с учетом количества участников.

Слишком малое количество зрителей и участников говорит об организационных просчетах. Например, выбор неудачной формы или темы мероприятия, неудобное место и время проведения, недостаточная техническая подготовка (отсутствии транспортной доставки зрителя), неправильное определение целевой аудитории, несогласование мероприятия с другими организациями и службами и т.д [20].

Скопление народа на массовом мероприятии, превышающее запланированное число зрителей, может стать негативным фактором, влияющим на состояние безопасности самих зрителей, участников, артистов и случайных прохожих. Избыточное количество зрителей может привести к давке в зрительном зале.

- Целевая аудитория.

Организаторам необходимо сформировать собирательный образ зрителя: его возраст, социальный статус и прочие специфические особенности. Важно определить, что может стать объединяющим фактором для аудитории – проживание в одном городе, учеба в одном заведении, общие культурные традиции, событие и т.д.

Знание и понимание людей, которые придут на мероприятие, поможет наиболее точно сформулировать цель любого его действия, подскажет пути достижения этой цели, поможет найти наиболее точный язык образов, понятных адресату.

Если мероприятие посвящено молодежи, необходимо сформировать обобщенный образ этой социально - демографической группы населения. Образ молодежи понимается как исключительный тип человеческой популяции, легко определяемый по «отличимым» признакам – возрасту (от 16 лет до 30-31 года), здоровью, неопытности, социальной подвижности, повышенной восприимчивости к новым явлениям действительности, к знаниям, представлениям о мире [21].

Молодежь делится на группы с характерными для них возрастными, социально - психологическими особенностями, социальными ценностями и интересами. Но при этом молодежь легче поддается манипулированию, в ней не сформированы устойчивые представления и убеждения, политические взгляды и предпочтения. Несмотря на отсутствие, опыта, молодёжь представляет собой наиболее грамотную часть общества. По своим психологическим и возрастным характеристикам она расположена решать задачи не только текущего дня, но и будущего. Она способна наследовать умения лучших традиций предыдущих поколений и пополнять их собственным творчеством.

Разнообразие интересов молодежной аудитории предполагает такое же разнообразие современных культурно - массовых мероприятий.

## 1.2 Современные формы проведения массовых мероприятий

В настоящее время в современном обществе накопилось достаточное количество практического опыта в области проведения массовых мероприятий, сложились определенные культурные традиции, сформировались основные структурные формы и приемы проведения мероприятий [33].

Существует крупномасштабные и маломасштабные культурно - массовые мероприятия [17].

К крупномасштабным мероприятиям относятся: праздник, массовое зрелище, орнаментально - декоративное зрелище, сюжетно - образные и театрализованные представления.

К маломасштабным мероприятиям относятся церемониальные и ритуальные шествия.

Чаще всегда встречаются мероприятия, имеющие особую праздничную атмосферу, являющиеся праздником. Праздничная культура общества всегда была важной составляющей государственной идеологической политики. Использование богатейших традиций праздничной культуры оказывает непосредственное влияние на общественное мнение, определяет новые направления развития социума, преобразовывает духовное пространство страны.

Праздник (культульная игра по поводу определенного события) предполагает инициативу и импровизацию (участие зрителей).

Массовый праздник - это многогранное социальное явление, отражающее исторические, экономические и художественные ценности народа, способствующие духовному развитию человека, формированию его как личности.

Праздник подразумевает присутствие и участие группы людей, способных на коллективное сотворчество. Праздник возникает там, где существуют духовные связи между людьми, основанные на общих культурологических интересах. В празднике отражаются как вещественные, так

и духовные достижения общества, уровень общественного сознания, мировоззрения, морали, эстетических вкусов и т.п.

Таким образом, праздник - это социально - художественное явление, отражающее жизнь человека, его общественное событие [23].

Праздники бывают: художественные, спортивные, массово-политические, развлекательно - игровые и состязательные. В зависимости от форм проведения, праздники оказывают воздействие на участников в нравственно - эстетической сфере и повышают их социальную активность.

Существует разнообразное количество типов праздников, сочетающих в себе традиционные обрядово - ритуальные, игровые элементы, современные потребности социально - трудовой жизни населения, художественный вкус и процессы общения.

Создание настоящего праздника - это искусство, и, в первую очередь организационное искусство. Массовые шествия, включающие в себя пластические композиции, гимнастические маневры, танцы, хоровое пение, движение огромных конструкций с великолепным оформлением и спецэффектами - все это превращает праздничное действие в художественно - организационное произведение. Для создания праздничной ситуации необходимо событие, на основе которого выстраивается идеологический базис праздника, желание народных масс откликнуться на это событие, а также талантливые организаторы, способные внедриться в массы и руководить ими так, чтобы естественный порыв масс, с одной стороны, и замысел руководителей, с другой, сливались между собой [11].

Схематично праздник можно представить, как движение от малых периферийных очагов к символическому центру, где произойдет кульминирующее событие, с последующим волнообразным оттоком действия от центра к периферии.

В схеме праздника может быть более одного кульминационного, или основного события. Основные события проводятся на локальных площадках и

имеют в своем максимуме форму «массового зрелища», а в минимуме - «театрализованного представления».

Массовое зрелище всегда вписывается в ограниченную сценическую площадку. В массовом празднике участники сами выбирают интересный для них объект, а массовое зрелище сосредоточивает внимание зрителей на заданном объекте и имеет заранее predetermined лимит времени.

Зрелища могут быть разножанровыми (цирковыми, эстрадными), не связанными сюжетом и темой. Зрелище разделяется на зрителей и актеров, участвующих в нем.

Массовые зрелища могут проходить на открытых сценах, сценических площадках, лестницах, парковых каскадах, вокруг фонтанов. Иногда сценической площадкой служит плавающая платформа. При проведении зрелища под открытым небом декорациями являться сама природа.

Все массовые театрализованные представления на открытом воздухе делятся на две группы [8]:

- Орнаментально - декоративные зрелища.

Им характерны яркие краски, богатые костюмы, сложные фигурные перестановки больших масс участников, которые создают калейдоскоп цветных орнаментов, фейерверк, множество светозффектов. Эти развлекательные зрелища, построенные на чистоте линий, четкости перестановок, синхронности движений, гармонии цвета, света и звука. Акцентируют торжественность момента, пробуждают у зрителя светлое оптимистическое мироощущение, воодушевляют и впечатляют его.

- Сюжетно - образные зрелища.

Суть их заключается в том, чтобы средствами массового театра создать публицистический, образный, аллегорический спектакль на открытом воздухе. К таким театрализованным представлениям относятся и мемориальные представления на ритуальных площадках больших скульптурных комплексов. В них кульминационной частью является обязательное ритуальное действие, как носитель основной идеи самого зрелища. Например, проведение сюжетно -

образных представлений, посвященных годовщине Дня города. День города - это серия мероприятий различных форм, включающих крупные представления и зрелища, проводимые на центральных городских площадках, в которых предполагаются не только спортивные состязания, но и эстрадно-концертные, ритуально-обрядовые действия. Используя выразительные средства спорта и искусства, в действиях могут участвовать реальные герои прошлого и настоящего, разворачиваются конкретные исторические события. Зрелища, включающие спортивно-художественные представления, способны более тонко и глубоко решать тематические задачи всего праздника, раскрывать суть события, создавать художественный образ города-юбиляра.

Таким образом, массовые праздники и зрелища в своей структуре содержат представления, ритуалы, обряды, спектакли, состязания, парады, шествия, которые, вне зрелища могут существовать как самостоятельные жанровые единицы.

Театрализованное представление - самая крупная форма современного массового зрелища. Оно проходит как сценический спектакль, стадионное спортивно-художественное и театрализованное представление на открытом воздухе [11].

Театрализованное представление («шоу») создается на основе сценария и имеет свою четкую идейно-тематическую основу. В представлении путем театрализации воплощается и преподносится в художественной форме та или иная идея. В связи с чем, получило название - драматургия театрализованных представлений.

Слово «театрализация» означает привнесение в реальное жизненное пространство каких-либо художественных элементов, для более сильного воздействия на публику [36].

Театрализованные представления делятся на виды: агитационно - художественное представление, литературно - музыкальная композиция, тематический вечер.

- Агитационно - художественное представление - это театрализованное представление, проводимое театрально- художественными средствами в виде агитации и пропаганды.

- Литературно - музыкальная композиция - это один из видов театрализованного представления, где органически сочетаются литературно-художественные и музыкальные элементы для целенаправленного и наиболее продуктивного воздействия на ум и чувство зрителя.

- Тематический вечер (программа) - это сценическая композиция с предельно конкретизированным, документальным сюжетом, с реальными, а не вымышленными героями.

Театрализованное представление в настоящее время большая редкость, так как требует больших постановочных затрат и организационных усилий. В форме театрализованных представлений проходят крупномасштабные новогодние мероприятия для детей во дворцах культуры разных регионов страны.

Тематический вечер, тоже в последнее время видоизменился и принял черты тематического концерта, где основную тему раскрывает подборка определённых концертных номеров. Но в отличие от тематического вечера, тематический концерт не обладает сюжетной линией, и тематика часто раскрывается весьма условно [15].

Маломасштабные мероприятия могут существовать самостоятельно или быть структурной частью крупномасштабных мероприятий. Одной совершенно самостоятельной формой маломасштабных мероприятий является театрализованное тематическое «обрядовое действие», основным событием которого является ритуал.

Ритуал (или символический акт) - это церемониальные действия, символического характера, использующие священные объекты, которые совершаются с целью определённого воздействия на действительность. В случае, если речь идет о магическом ритуале, его участники должны поверить, что ритуал сам по себе способен вызвать определенные результаты - изменения



внешней среды [6]. Однако, в отличие от церемонии, имеющей социальный характер, ритуал религиозен. Он может быть коллективным или индивидуальным действием.

Ритуалы классифицируются на: кризисные, календарные, родственные, тендерные и пр. Но главной особенностью любого ритуального действия остается его символический характер.

Символ - это своеобразный пароль культуры. С древних времен культ и обряд изображались с помощью ритуальных действий, характеризующих игру. В течение многих веков массовые народные игры, превращались в ритуал и являлись центральной частью народного праздника. Ни одно описание исторического ритуального действия не обходилось без упоминания игры или игрового состязания. Поэтому ритуалом является символическое игровое действие, сохранившее свое место в культуре.

В отличие от ритуала, игра не имеет жесткой ситуативной привязки, что дает ей возможность выбора (играть или не играть) и импровизации. Она имеет прагматическую направленность (не внешние, а внутренние цели, где процесс игры, может быть интересен внешним наблюдателям, зрителям).

К ритуалу не применима двойная реальность игры. Здесь мир воспринимается одновременно и как реальный, и как условный. Существует лишь одна, специфическая ритуальная действительность [22].

В современных условиях жизни ритуал - это традиционное, общепринятое игровое действие, включающее в себя ряд персонажей, художественных образов, эстетических и эмоциональных приемов. Он может быть частью большого обрядового действия или выполнять самостоятельную функцию официального акта (посвящение, торжественные приемы, встречи, вручение наград, присвоение звания, регистрация актов гражданского состояния и т.п.)

Сегодня уделяется большое внимание фольклорным обрядовым действиям, которые превратились в своеобразные представления. В фольклорных представлениях наблюдается переход обряда в игру. Например, семейные

ритуалы, новогодние, масленичные, купальские, свадебные обряды и др. Первоначально они были представлениями, имевшими определённый сценарий, включавший большое количество поэтических произведений и выполнявших не только магическую, но и игровую, развлекательную функции. В дальнейшем обряды воспринимались как увеселение, являясь частью веселого праздничного гулянья.

Вся человеческая культура построена на принципе состязательности. Необходимо заметить, что мощным стимулом для участников мероприятий является желание стать первыми и лучшими. Состязательность, соревнование - это смысл одной из древнейших форм мероприятий - игры [20].

Игра - немыслима без выигрыша, то есть превосходства над противником, пользы, выгоды. Однако получение преимущества сопряжено с подключением фактора количественной или качественной оценки: больше, меньше, дальше. А оценочность - это свойство ритуала. Следовательно, соревнование - явление, по сути, не игровое и может быть принадлежностью, как игры, так и ритуала.

Можно утверждать, что игра - это своеобразный культурный механизм, способствующий переходу одних ритуальных форм в другие. Игра успокаивает, расслабляет, отвлекает от жизни, заставляет забывать об опасностях и заботах.

Игра проводится в фойе или зале, а также может переноситься на сцену, принимая новую форму игрового представления. К таким игровым представлениям относятся игровые конкурсы, имеющие развитую сценарно - литературную основу и предполагающие большую работу постановщиков и организаторов. Некоторые задания конкурсов участники выполняют не импровизационно, а с предварительной подготовкой или репетициями.

По своему содержанию игровые конкурсы - сложный сплав традиционных викторин, эстрадных выступлений, спортивных, бытовых и художественных состязаний [11].

Игровые конкурсы носят комплексный характер. Они требуют от участников эрудиции, сообразительности, художественных способностей,

физической ловкости, изобретательности. В них отсутствует шаблонность в использовании заданий и в содержании развивающегося действия.

Одним из наиболее популярных видов игрового конкурса является конкурс веселых и находчивых (КВН), характерной чертой которого содержательно-организационная комплексность. В данный конкурс включаются элементы викторины, театральной миниатюры, спортивного состязания, пластической композиции, музыкальной пародии и т.д. Они отличаются яркой театрализацией и особенно выигрышны в зрелищном отношении. Юмор, находчивость, эрудиция - вот основные принципы, на которых строятся КВН [17].

Театрализованные конкурсы можно проводить двумя способами. В одном случае в розыгрыше участвует несколько команд, представляющих предприятия или учебные коллективы, в другом—две команды, созданные в импровизационном порядке. В первом случае команды встречаются в заранее установленные часы и дни (каждую неделю, декаду, месяц). В течение игрового вечера проводится один или два поединка.

Во втором случае команды формируются на обычном вечере отдыха, массовом гулянии и между ними проводится блицтурнир. Время встречи непродолжительное, задания простые.

Непосредственными распорядителями конкурса выступают ведущие, обычно их двое. Ведущие служат связующим звеном между жюри, командами и публикой. В итоге любого конкурса должен быть выявлен победитель. Эта задача возлагается на жюри, которое должно быть объективным, понимающим суть заданий, эрудированным, обладать эстетическим вкусом, чувством юмора. При оценивании судьи должны принимать во внимание не только знания, остроумие, находчивость, изобретательность членов команды, но и общий стиль их поведения.

Своеобразное место в системе игровых конкурсов занимают состязания под названием «А ну-ка, девушки!», «А ну-ка, парни!», «Алло, мы ищем таланты!» и др. Эти мероприятия могут иметь разное содержание в

соответствии с физическими, профессиональными и прочими возможностями и особенностями участников [33].

В конкурсе для девушек основной акцент делается на задания, выявляющие знания в различных областях искусства, педагогическую подготовленность, умение красиво одеваться, проявлять бытовую находчивость.

В конкурсе для мужчин главное место занимают состязания в технической подготовке, знании автодела, в силе, ловкости, владении спортивным оружием и т.д. Позднее, эти конкурсы способствовали появлению конкурсов красоты, грации и обаяния. Главным критерием оценки в них стала физическая привлекательность, умение двигаться, демонстрировать одежду и таланты в различных жанрах искусства и т.д. Как и все, что связано с молодежным любительским творчеством, игровые конкурсы беспрерывно видаизменяются и совершенствуются. Одним из них стал карнавал [21].

Карнавал - это праздник, связанный с переодеваниями и красочными шествиями. Он рассматривается, как вид массового народного гулянья с уличными, театрализованными играми, происходящими под открытым небом.

На карнавале все считаются равными. На карнавальной площади господствует особая форма вольного фамильярного контакта между людьми, разделенными в обычной жизни непреодолимыми барьерами сословного, имущественного, служебного, семейного и возрастного положения. Карнавал требует от своих участников таланта, изобретательности и остроумия. Попав на карнавал, необходимо придумать себе маску и действовать от её имени.

Маска - символ, позволяющий приобщиться к мировой совокупности за счет утраты индивидуальности, личностных устремлений. Человек, надев маску, становится свободен от себя и других.

Сегодня у современной молодежи появилась новая форма мероприятий - это «Ролевые игры».

«Ролевая игра» - игра развернутого назначения, вид драматического действия, участники которой действуют в рамках выбранных ими ролей. Они,

руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия, совместно создают сюжет и следуют ему, сюжеты могут быть связаны с определённой эпохой или историческим событием. Ролевые игры способствуют временному уходу участников от действительности, перемещение их в другую реальность, через элементы театрализации (создание декораций, костюмов, предметов быта). Ролевые игры дают возможность участникам почувствовать себя персонажами Средневековья на королевских балах, торжественных и ритуальных церемониях, рыцарских боях и турнирах.

Ролевая игра в отличие от карнавала имеет более сложный сюжет [24].

Составляющей частью многих массовых мероприятий выступает шествие.

Шествие - это всеобщее действие, связанное с движением массы народа, воодушевленной одной идеей, направленной на реализацию поставленной цели.

Во время шествия участники являются увлекательным зрелищем для зрителей на тротуарах. Территория, по которой проходит шествие, улицы, скверы - все это становится праздничной средой, благодаря соответствующему оформлению и декорированию. Одним из разновидностей шествия является парад, который широко используется в современных массовых мероприятиях.

Парад - это высокоорганизованное шествие, построенное по четкой схеме и обладающее особенностями (темп, синхронность движения, форма построения и т.д.) [24].

В России парады и шествия очень популярны. Они - неотъемлемая часть празднования Дня Независимости и Дня Победы советского народа в Великой Отечественной войне [11]. Современная молодёжь вносит в традиционные формы массовых мероприятий свои новшества. Так, появились автопробеги и велопробеги, проводимые во время праздников и фестивалей. Авто или вело колонна, движущаяся по улицам города, представляет яркое зрелище. Шум и рёв мототехники, эпатажная одежда, снаряжение участников, флаги-все это впечатляет не только зрителей, но и самих участников. В зависимости от

организаторов, можно получить новые, современные мероприятия, состоящие из отдельных видов или отдельных комплектующих частей.

### **1.3 Проведение массовых мероприятий как стратегия привлечения туристов в регионы**

Массовые культурно-зрелищные мероприятия, будучи одной из туристских отраслей, связанной с событийным туризмом, имеют большой экономический потенциал для развития регионов России, как и весь туризм в целом [8]. Правильная грамотная организация таких мероприятий позволяет привлекать в регионы новые туристские потоки, а вместе с ними деньги, которые остаются в этих регионах. Россия географически, климатически, культурно очень многогранна. Поэтому существуют многие варианты и способы организации массовых культурно-зрелищных мероприятий в различных уголках страны. Такая деятельность увеличивает конкурентность регионов, что заставляет их меняться в лучшую сторону. Как известно, сервис во многих административных округах России остается на низком уровне. Развитие и популяризация массовых культурно-зрелищных мероприятий помогает в решении данной проблемы.

Наиболее очевидное преимущество туризма в целом - рабочие места в гостиницах, ресторанах, розничных предприятиях и на транспорте. Второе, менее очевидное преимущество – поддержка отдельных отраслей и профессий.

Следующее преимущество - эффект мультипликатора, так как расходы туризма проходят через местную экономику. Для оценки увеличения количества рабочих мест в сфере потребления товаров и услуг правительства используют различные модели экономического влияния. Четвертым преимуществом туризма принято считать федеральные и местные доходы - налоги и сборы от туризма. Туризм стимулирует экспорт местных продуктов, что является его пятым преимуществом. По некоторым расчетам, траты туриста на подарки, сувениры составляют от 15 до 20 % всех его расходов.

Экономическое влияние на местную экономику оказывает то, насколько эти продукты произведены или собраны именно в данной местности [17].

В последнее время, начиная с 2013 г., активное участие в проведении массовых культурно - зрелищных мероприятий стал принимать Краснодарский край. Этому способствовало появление крупных спортивных объектов, строительство международного аэропорта, других объектов инфраструктуры региона. Не смотря на огромное количество крупных спортивных объектов в Сочи, мероприятия, которые в нем проводятся, отнюдь не только спортивные. Регион привлекает все больше туристов из других городов, стран и континентов, интересующихся культурными, общественными мероприятиями. На международной конференции «Постолимпийский туристский потенциал Сочи» министр курортов и туризма Краснодарского края Евгений Куделя заявил, что в нынешнем году Сочи посетили более 2,5 млн туристов, это на 30 % выше показателя 2013 г. Он отметил, по сравнению с 2013 г. объем предоставляемых услуг на курортах Краснодарского края, включая Сочи, вырос на 40 %. Доказательством тому, что именно массовые культурно-зрелищные мероприятия послужили росту туристического потока в Сочи, служит перечень наиболее ярких мероприятий, проведенных в этом регионе в 2014 г.: Открытый Кубок Мира по пауэрлифтингу. 27 мая 2014 г.; V Международный конкурс Ю. Григоровича «Молодой балет мира» 13-20 июня 2014 г.; XXV Открытый Российский кинофестиваль «Кинотавр» Июнь 2014 г.; Международный яхтенный фестиваль «Черное море» Июль 2014 г.; XIII Международный инвестиционный форум «Сочи-2014» Сентябрь 2014 г.; Фестиваль «Формула Джаза» Сентябрь 2014 г.; Этап Гран-При «Формула-1» 2014 г. «Гран-При России» Октябрь 2014 г.; Гастроли ведущий Российских оркестров в рамках проекта «Всероссийские филармонические сезоны» Ноябрь 2014 г.; КиВиН 2014 11-21 декабря 2014 г. К примеру, только гонки «Формула-1» собрали на своих трибунах несколько десятков тысяч человек, город посетили участники команд, спортсмены, журналисты, эксперты [21].

Массовые культурно-зрелищные мероприятия проводятся и организуются с расчетом на определенную количественную зрительскую аудиторию, что позволяет максимально спрогнозировать масштабы публики, соответственно, предварительно рассчитать окупаемость проекта. В большей степени определяющее значение при выборе места проведения массового культурно зрелищного мероприятия имеет численность населения региона, в котором оно планирует проводиться. Не случайно в России первое место среди посещаемости массовых культурно - зрелищных мероприятий занимает Москва, в которой за 2013 г. количество посетителей бесплатных массовых культурно-зрелищных мероприятий составило 14 млн чел., что примерно равно численности самой Москвы [24].

Примером проведения массового культурно-зрелищного мероприятия в регионе России, помимо Сочи, был крупный музыкальный фестиваль «KUBANA», который до 2014 г. Включительно проводился на территории Краснодарского края. Местом организации был выбран пустынный Таманский полуостров. Территория, на которой проводился фестиваль, была огорожена, доступ осуществлялся по билетам. Согласно материалам сайта Российской Газеты местные предприниматели имели огромные сверхприбыли, принимая косвенное участие в обслуживании туристов, музыкантов и других участников фестиваля. Так, номера в отелях уровня ниже трех звезд сдавались по 100-150 евро за ночь, когда средняя рыночная цена таких номеров 20-30 евро. Стоит согласиться, что предприниматели и организаторы фестиваля получают существенные прибыли, тем не менее, налоговое законодательство предусматривает отчисления и в пользу региона [17].

Помимо Краснодарского края и Московской области популярным направлением становится Республика Калмыкия, где проводятся крупнейшие соревнования по шахматам. В Калмыкии построен шахматный город, который интересен туристам и вне проводимых мероприятий. Кроме того, данная Республика является российским центром буддизма, в ней можно познакомиться с жизнью и традициями древней религии. В настоящее время



цены на туристские услуги за рубежом значительно выросли для россиян. Туры по самым популярным направлениям в Египет, Турцию, Тунис стали стоить дороже примерно в два раза. Такое положение дел служит почвой для развития местных региональных туристских маршрутов. Проведение массовых культурно-зрелищных мероприятий создает отличное конкурентное преимущество для отдельных регионов по привлечению туристов [11].

Все большее количество регионов России присоединяется к стратегии развития массовых культурно-зрелищных мероприятий, что сулит существенные экономические выгоды данным регионам. Помимо экономической ценности мероприятия помогают формировать облик местного сообщества. Городские газеты и еженедельники, выпускаемые для пригородов, часто публикуют списки мероприятий, фестивалей и празднований, которые проводятся на расстоянии дневной поездки. Региональные и местные органы, отвечающие за туризм, стараются, чтобы туристические фирмы, рестораны, гостиницы, аэропорты, вокзалы имели календари мероприятий, и чтобы они могли учесть их проведение в своей работе.

В ближайшей перспективе, к празднованию юбилея победы, планируется проведение реконструкций военных событий времен Великой Отечественной Войны. Это направление массовых культурно-зрелищных мероприятий ранее использовалось в целях отработки методик ведения боевых действий, проведения работы над тактическими ошибками на поле боя, но теперь стало открыто для всех желающих и уже продолжительное время привлекает все большее количество желающих погрузиться в историю.

Одним из таких событий в регионе станет III международный независимый фестиваль «Забытый подвиг - Вторая Ударная армия». Он состоится 5 апреля 2015 г. в поселке Тесово-Нетельский (Новгородский район Новгородской области). Фестиваль обещает быть зрелищным: в программе мероприятия - историческая реконструкция эпизодов боев весны 1942 г. за коридор снабжения 2 Ударной армии с участием тяжелой военной техники и авиации, интерактивная экспозиция военного быта враждующих сторон, а

также фестиваль узкоколейной железнодорожной техники с презентацией уникальных экспонатов. По данным Северо-Западного отделения РСТ (Российский Союз Туриндустрии), за время существования фестиваля его посетило более 5 тыс. зрителей, а в реконструкции приняло участие около 600 чел. из разных регионов РФ и стран СНГ [35]. В этот раз будет значительно расширена площадка для реконструкции, на ней появятся новые оригинальные фортификационные сооружения, соответствующие реалиям Волховского фронта. На поле боя выйдут более 300 участников из разных городов России и ближнего зарубежья. В ходе реконструкции будут применяться как военная, так и уникальная железнодорожная техника по действующей узкоколейной дороге, макеты тяжелого вооружения, пиротехника.

«Сегодня внутренний туризм получает новый импульс для развития, и у фестиваля «Забытый подвиг - Вторая Ударная армия» есть реальный шанс стать качественным турпродуктом, который востребован и интересен для широкого круга туристов, интересующихся историей Великой Отечественной войны, - прокомментировала директор Северо-Западного регионального отделения РСТ Екатерина Шадская. В год юбилея Победы мероприятие, несомненно, получит широкий резонанс, но и в дальнейшем мы ожидаем, что организаторы и турбизнес будут находить точки соприкосновения интенсивно сотрудничать».

В последние несколько лет можно наблюдать возросший интерес к внутреннему туризму и делаем все возможное для его удовлетворения. Несомненно, появление на территории Новгородской области интерактивного музея узкоколейной железной дороги и масштабного военно-исторического фестиваля послужит дополнительным стимулом для притяжения туристического потока, и тому есть все предпосылки. С каждым годом на «Забытый подвиг» приезжает все больше людей, это высокий показатель с учетом того, что объект находится на удалении от привычных туристических маршрутов.

## ГЛАВА 2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ОТЕЛЬ «FIOLETO»

### 2.1 Организационно - правовая характеристика ООО отеля «Fioleto»

«Fioleto Ultra All inclusive Family Resort 4\*» – это новый отель в Анапе, оформленный в современном стиле, предлагающий отдых по системе «ультра все включено» [34]. Отель является местом семейного отдыха, выполнен в ярких, радующих глаз красках. «FioLeto» словно игрушечный, создаёт сказочную атмосферу лета, отдыха и радости, которая обязательно подарит хорошее настроение, как маленьким, так и взрослым гостям, с фотографиями отеля можно ознакомиться в (Приложении А).

Отель «Fioleto All Inclusive Family Resort 4\*», расположен по адресу Краснодарский край, г.-к. Анапа, Пионерский проспект - 253, индекс: 353417. Период функционирования отеля с конца апреля до середины октября, с промежуточным открытием отеля в зимние месяцы. Телефон/Факс: 8(800)2002444. Общедоступный ресурс в сети Интернет: [www.fioletohotel.ru](http://www.fioletohotel.ru).

Отель действует на основании устава и иных нормативных актов ООО «Анапское взморье». Общество с ограниченной ответственностью «Анапское взморье», зарегистрировано Инспекцией Федеральной налоговой службы по г.-к. Анапа «04» февраля 2010 г. за основным государственным регистрационным номером ОГРН 1102301000218 (свидетельство серия 23 №009576502) [34].

Основным видом деятельности предприятия является деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания, помимо этого отель работает еще по 52 направлениям, некоторые из которых перечисляются дальше в тексте.

#### Основной вид деятельности по ОКВЭД:

- 55.90 Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания;

Дополнительные виды деятельности по ОКВЭД:

- 79.90.3 Деятельность по предоставлению туристических услуг, связанных с бронированием;
- 96.04 Деятельность физкультурно-оздоровительная;
- 56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания;
- 79.11 Деятельность туристических агентств;
- 79.90.2 Деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг;
- 49.41.3 Аренда грузового автомобильного транспорта с водителем;
- 86.90.4 Деятельность санаторно-курортных организаций и д.р.

Для проживания гостей отель располагает 3 корпусами на 326 номеров различной категории. Номерной фонд отеля «Fioleto» помещен в (Приложение Б).

Отель работает по системе «всё включено» - это значит, что гость оплачивает только стоимость проживания, в которую входит:

- Питание по системе «шведский стол» (3 основных и 2 промежуточных приема пищи с 8 утра до 8 вечера). Для этих целей на территории отеля работает ресторан шведской линии «Лаванда» и гастро-бар «100 negro-bar»;
- Напитки в баре у бассейна (безалкогольные, слабоалкогольные напитки до 20:00);
- Приятные мелочи в номерах (чай, кофе, вода без газа);
- Отдых в открытом бассейне (с гидромассажной зоной и детской зоной для купания с 8 утра до 8 вечера);
- Детская комната и площадка (велосипеды, самокаты, мячи);
- Прокат спортивного инвентаря (велосипеды, самокаты, мячи);
- Прокат детских принадлежностей (кроватьки, ванночки, горшки);
- Хранение багажа (круглосуточно на территории отеля);
- Ежедневная анимация (программы для взрослых и детей 10:00-22:00);

- Заказ такси;
- Отдых на огороженном пляже (с8:00 до 20:00, шезлонги и зонтики);
- Уход за одеждой (прачечная самообслуживания);
- Пляжные полотенца (для бассейна и на море);
- Кинозал (фильмы на любой вкус);
- Wi-Fi (на всей территории отеля).

Помимо основных услуг отель «Fioleto» оказывает ряд дополнительных платных и бесплатных услуг, которые оказывают максимальное воздействие на позитивность впечатления гостей, сюда входит:

- Охраняемая парковка (платная услуга – 300 руб./сутки);
- Трансфер/такси круглосуточно;
- Медицинский пост, круглосуточно;
- Прачечная/гладильная комната;
- Рум сервис.

Кроме того, гости отеля «Fioleto All Inclusive Family Resort 4\*» могут пользоваться платными услугами сети отелей «Beton Brut All inclusive 4» и «Дача del Sol Ultra All inclusive 4\*»:

- На территории отеля «Beton Brut All inclusive 4\*» возможно посещение: караоке бар/кальянная, ресторан «BRUT8», ресторан «Сам пришел», Brut Plaza, лобби бар (платно по браслету отеля, в котором проживает гость).

- На территории отеля «Дача del Sol Ultra All inclusive 4\*» возможно посещение: ресторан «Дача del Sol», лобби бар (платно по браслету отеля, в котором проживает гость).

В таблице 1 приведены тарифы на размещении в отеле «Fioleto» на 2021 год. Как видно из таблицы, ценовая политика предприятия койко-дня варьируется в зависимости от сезона.

Таблица 1 - Прайс - лист отеля «Fioleto» на 2021 год

Категория номера	Стоимость указана в рублях за номер в сутки			
	30.04-25.05	26.05-10.06	11.06-14.09	15.09-20.10
Standard Double	8880	9867	13845	9867
Standard Double 5 floor	6999	9090	13065	9090
Standard Twin	6999	9867	13065	9090
Standard Twin 5 floor	6999	9090	13065	9090
Standard Triple	6999	9090	13065	9090
Standard Triple 5 floor	6999	9090	13065	9090
Superior with balcony	6999	9090	13065	9090
Family Room	6999	9090	13065	9090
Family Room 5 floor	6999	9090	13065	9090

Отель «Fioleto» является партнером программы субсидирования поездок по России. С 18 марта по 15 июня 2021 года можно получать кешбэк 20% при оплате путешествия картой «Мир», зарегистрированной в программе лояльности для держателей карт «Мир». Для участия в программе бронирование должно быть произведено только в онлайн - модуле на официальном сайте отеля. Оплата путевки должна быть произведена в размере 100% предоплаты с использованием карты платежной системы «МИР». Официальный сайт государственной программы субсидирования поездок: мирпутешествий.рф. [40].

Для того чтобы получить кешбэк необходимо:

- 1) Зарегистрировать карту «Мир» банка-участника в Программе лояльности для держателей карт «Мир».
- 2) Выбирать проживание от 2 ночей в период с 18 марта по 30 июня включительно (выезд не позднее 30 июня 2021 года). С 00:01 мск 18 марта по 23:59 15 июня, оплатить полную стоимость поездки картой «Мир».
- 3) Кешбэк в размере 20% от суммы бронирования, но не более 20 000 рублей за одну бронь, придёт в срок до 5 рабочих дней с момента оплаты.

Количество операций по одной карте не ограничено, можно получить кешбэк несколько раз.

Предприятие является благонадежным, по данным электронной отчетности компании РБК и отзывам самих клиентов, рейтинг отеля «Fioleto» выглядят следующим образом (табл. 2).

Таблица 2 - Рейтинг и рекомендации отеля «Fioleto»

Общий рейтинг 3,77	2019 г. 3,65	2020 г. 3,83	2021 г. 5
Оценки сервисов %	Номера 4,1	Питание 4,4	Анимация 4,7
Оценки, отзывы туристов и турагентов	рекомендуют	воздержались	не рекомендуют
	72%	17%	11%

Помимо основной услуги, которой является проживание по системе «ультра все включено», отель «Fioleto» заботится о культурно - развлекательных мероприятиях для своих гостей, которые оказывают максимальное воздействие на позитивность впечатления гостей, сюда входит развлечения и организация отдыха.

## **2.2 Анализ культурно - развлекательных мероприятий, проводимых в отеле**

Отель «Fioleto» задействован как в городских, так и во внутренних мероприятиях. Этому способствуют имидж и репутация, официальная звёздность, высокий сервис, номерной фонд, наличие универсальной спортивной площадки, а также спектр дополнительных услуг. Отель не является организатором и заказчиком событийных мероприятий, но ежегодно предоставляет услуги проживания гостям г.-к. Анапа, а также представителям различных творческих коллективов и бизнеса [34].

Основные услуги для крупных мероприятий и не только - это проживание, питание, проведение различных мероприятий в отеле. И этот год не стал исключением, на ежегодный фестиваль «А.море фест» 2021, который прошел в г.-к. Анапа с 14 по 23 мая, приехало много гостей, в связи с этим загрузка отеля в дни проведения мероприятий составила почти 100%. В этот период в отель заселялись как обычные гости, так и представители компаний, сотрудники компаний - заказчиков, представители СМИ, участники мероприятий, представители государственной сферы и другие [33].

Учитывая, тот факт, что отель «Fioleto» располагает большим количеством дополнительных услуг, в том числе развлекательных, многие гости города Анапа предпочитают останавливаться во время проведения массовых мероприятий именно здесь. Таким образом, отель «Fioleto» вовлечён в событийную жизнь города, активно принимает и расселяет гостей ивентов, предоставляет им питание, трансфер, но практически не организует события самостоятельно. События, проводимые непосредственно самим отелем, носят скорее локальный характер, тем не менее они проводятся, вот некоторые из них[34]:

- «Винный стретчинг» - это классическая дегустация вина в сочетании со стретчингом в комфортном режиме.

- Информационный тур для турагентов. Включающий в себя экскурсии по всем объектам курорта Miracleon (betonbrut, dachadelsol, fioleto, moreleto), с бесплатным проживанием в отеле на два дня, по системе «все включено».

- День открытых дверей для турагентов 11-13 марта 2021г.

- Новый год в отеле «Fioleto». Вечерние тематические программы для детей и взрослых в сочетании с джазовой музыкой, розыгрышами и танцевальными мастер – классами и д.р.

Для определения степени влияния массовых мероприятий различного уровня на гостиничную индустрию был проанализирован календарь событий города Анапа, и соотнесён с загрузкой отеля [33]. Результаты получились следующими (табл. 3).



Таблица 3 - Соотношение событийного календаря г.-к. Анапа и показателей загрузки гостиничного комплекса «Fioleto»

Даты проведения	Коэффициент загрузки	События
2020 г	84%	Открытие летнего сезона-2020 г.
с 17 по 23 октября 2020 г	84%	Фестиваль «Киношок»
Январь 2021г.	77%	Новый год и Рождество
с 14 по 23 мая 2021 г	93%	Фестиваль «А.море фест»
22мая 2021г.	95%	Открытие летнего сезона-2021г.

На загрузку прямым образом влияют такие факторы, как сезонность, расположение, профиль отеля и проведение событийных мероприятий, причём влияют практически одинаково. В Анапе проходят разносторонние мероприятия, связанные с туризмом, бизнесом, культурой, общероссийскими праздниками и т.д. Исследование показало, что в месяцы, насыщенные массовыми мероприятиями, загрузка в отеле значительно выше, чем обычно.

Для гостей отеля каждый день самоотверженно работает собственная команда анимации, программа которой рассчитана на гостей всех возрастов. Анимация отеля включает три направления [34]:

- Анимация детская;
- Анимация взрослая;
- Анимация спортивная.

1. Детская анимация. В развлечении юных гостей принимают участие как работники команды анимации отеля, так и приглашенные коллективы, и артисты в соответствии с календарем событий.

На территории отеля имеются следующие объекты:

- Детская площадка с горками, качелями, песочницей на свежем воздухе;
- Детская комната для гостей от 0 до 7 лет (дети до 3 лет посещение в присутствии родителей или сопровождающих лиц). Часы работы с 09:00 до 20:00, перерыв 12:30-13:30 часов;

- Детская зона на пляже (игровой комплекс) для юных гостей от 3 до 12 лет с 10:00 до 18:00, перерыв с 13:00 до 15:00 часов;

- Специально для самых маленьких гостей отель создал уютный открытый бассейн размером 70 кв.м. с глубиной 30 сантиметров, он отделен бортиками от большого бассейна. Всем детям обязательно выдаются жилеты, а за безопасностью постоянно следит квалифицированный спасатель, поэтому родители могут спокойно отдыхать, не беспокоясь за своего ребёнка.

Программы для детей, тоже весьма разнообразны и состоят из таких игровых мероприятий как:

- Мероприятия на территории отеля: с 10:00-20:00. Зарядка-игра, кольцеброс, подвижные игры, петанк, клубный танец, водный Бада-Бум, турниры, настольные игры, мелковое граффити, соревнования по собиранию пазлов, мини-спектакли, веселые старты, face-art, клуб младших аниматоров, творческие мастерские, спортивные мероприятия, детский фитнес;

- Мероприятия на территории пляжа: с 10:00- 12:30, 16:00-18:00. Песочные забавы, подвижные - дворовые игры, клубный танец, командные семейные соревнования, фитнес занятия.

- Вечерние мероприятия: с 20:00 - 21:00. Театрализованные интерактивные шоу-программы, интерактивные программы, «ДЕТскотека».

2. Взрослая анимация. Развлекательные программы для взрослых тоже весьма разнообразны. Виды анимации для взрослых носят следующий характер:

- Конкурсные дневные программы, проводимые на территории пансионата;

- Творческие мастерские, ежедневно (изготовление рамок, открыток из подручных средств, картины из песка и ракушек, мастер-классы по декоративно-прикладному творчеству и т.д.;

- Вечерние развлекательные мероприятия 18+ (тематические вечеринки, интерактивные программы, караоке, дискотеки);

- Приглашенные артисты, концерты живой музыки, тематические шоу-программы и многое другое.

3. Для тех, кто выбирает активный отдых, отель «Fioleto» предлагает принять участие в спортивной и оздоровительной анимации. Для занятий спортом на территории имеются: тренажерный зал крытого типа; спортивные площадки на открытом воздухе; бассейн; услуги проката (велосипеды, самокаты).

Дневные мероприятия (ежедневно):

- Зарядка, кольцоброс, клубный танец, городки, кулинарные мастер-классы, мастер-классы по изготовлению коктейлей, пушбол, квесты, минигольф, акции, крестики-нолики, флеш-мобы, турниры по настольному теннису, футболу и волейболу.

Мероприятия на территории пляжа:

- Волейбол, бочче, петанк, дартс, фризби-алтимат, командные семейные соревнования, лазертаг, стрельба из лука, фитнес- занятия, пляжный футбол, пляжный волейбол. Время проведения с 10:00 - 12:00; 16:00-18:00 часов.

Спортивные мероприятия (ежедневно):

- Танцевальные мастер-классы, спортивные соревнования, водные эстафеты, аквааэробика, водное поло, игры на воде, фитнес занятия, дартс, турниры по настольному теннису и бильярду, волейболу, соревнования с гостями других отелей.

Проанализировав анимационную деятельность отеля, можно заметить, что у предприятия комплексный подход к детской и взрослой анимации, проводятся как культурно-досуговые мероприятия, так и спортивная анимация любого уровня.

Кроме того, для удобства гостей на территории пансионата имеется свой небольшой кинозал, где собрана коллекция лучших фильмов всех жанров и направлений, мультфильмы, классика кинематографа. Афишу кинопоказов размещают возле стойки ресепшн, где можно ознакомиться с расписанием.

Еще одним весомым достоинством отеля, является огромный открытый бассейн площадью 1000 квадратных метров и предельной глубиной 2,20 м — комфортный как для купания, так и для спортивного плавания. Около открытого бассейна находится бар «100 NERO BAR». Гости могут подплывать к нему, заказывать напитки или устроиться удобнее на одном из комфортных шезлонгов, расположенных в воде.

Таким образом можно сделать вывод, что отель «Fioleto» имеет хорошую материально - техническую базу и достаточное количество возможностей для проведения различного рода мероприятий: различные помещения (как крытого, так и закрытого типа), оборудование и реквизит, а также звуковое, видео, сценическое и светотехническое оборудование.

На протяжении всего сезона для гостей отеля работает профессиональная команда аниматоров. План работы, как и общий план анимационной деятельности в пансионате, разрабатывается заранее, а изменения вносятся в процессе проведения мероприятия, в зависимости от присутствующего контингента и других условий. В этом плане очень хорошо совмещаются и имеют оптимальное количество спортивные и культурные мероприятия.

Анимационная команда состоит из 8 человек во главе с менеджером анимационной службы, а также молодых людей приблизительно от 18-35 лет. В обязанности аниматоров входит проведение детских, спортивных, праздничных шоу-программ, мастер-классов и розыгрышей, создание благоприятной атмосферы на протяжении всего отдыха.

Организационная структура анимационной службы отеля «Fioleto» является традиционной и имеет соответствующие функциональные отношения, которые отображены на рисунке 1 [34].

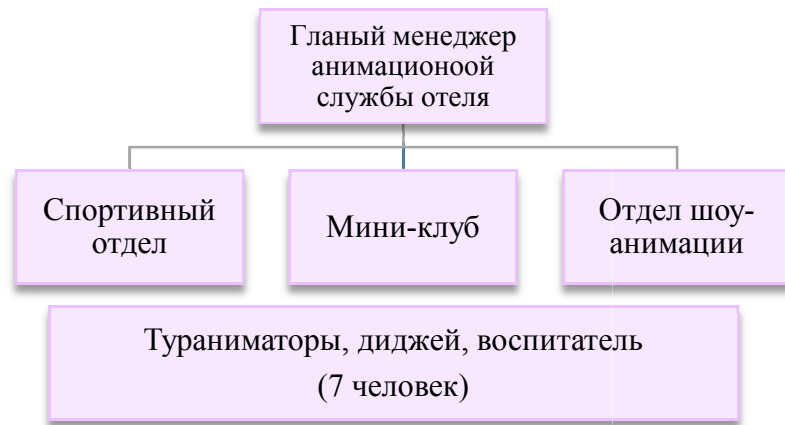


Рисунок 1 - Организационная структура анимационной службы ООО отеля «Fioleto»

Подводя итоги главы, нужно отметить, что отель «Fioleto» обладает современной материально-технической базой для проведения массовых узконаправленных мероприятий, ввиду ограниченного количества мест. Поэтому мероприятия для отеля нужно подбирать очень тщательно. Сам отель не является организатором больших событий, но активно участвует в приёме и размещении гостей мероприятий города Анапа. На территории отеля регулярно проводятся различные инфотуры, тренинги, культурно - досуговые мероприятия.

Ввиду всего выше сказанного, предлагается разработать концепцию участия комплекса «Fioleto» в массовых мероприятиях с целью повышения уровня загрузки гостиничного предприятия в «низкий» сезон, а конкретно в апреле и октябре месяце.

## **ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА EVENT-МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ОТЕЛЯ «FIOLETO С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЗАГРУЗКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **3.1 Разработка концепций массовых мероприятий**

Существует несколько различных способов влияния массовых мероприятий на загрузку отеля, таких как: вовремя реагировать на мероприятия, проводимые в городе или поиск организаторов мероприятий, которые нуждаются в площадке для проведения. Нами был выбран не самый простой способ – это самостоятельная организация мероприятия. С одной стороны, это требует огромных человеческих затрат, с другой имеет массу преимуществ, о которых будет сказано чуть позже.

Отель «Fioleto», как было упомянуто ранее, не является круглогодичным отелем, период его функционирования с конца апреля до середины октября, с промежуточным открытием отеля в зимние месяцы и проведения информационных туров для турагентов в начале апреля. Поэтому с целью повышения уровня загрузки предприятия в «низкий сезон», а именно апрель и октябрь разработать концепцию проведения двух массовых мероприятий на этот период.

Временные рамки внедрения концепции – это апрель и октябрь. Рассмотрим концепцию мероприятий.

1. Первое мероприятие планируется проводить в середине апреля. Данный месяц не отличается сезонной и событийной активностью, в виду климатических условия не способствующих массовому приезду туристов. Предлагается проведения мероприятия в стиле блоггинг для известных блогеров «Instagram», с различных городов и регионов страны. За последние несколько лет сфера интернет - блоггинга развилась от примитивного интернет общения до крупного информационного пространства. Популярные блоги уже дано могут конкурировать с мировыми СМИ, помимо этого, блог в известной

сети «Instagram» - это отличная платформа для создания бизнеса и торговли. На данный момент непосредственно в самом г.-к. Анапа много блоггеров известных за пределами не только района, но и края. Направления блогов самые разные: диетологи, мамы, фотографы, модели, паблики посвящённые городу, обучению, красивые и популярные девушки и д.р. Но все они объединены одной социальной сетью «Instagram» [24].

На данное мероприятие будут приглашены как известные блогеры, так и их поклонники, где они смогли бы увидеться вживую с теми, на кого подписаны, задать вопросы. Приглашенные гости расскажут о пути к популярности, об открывшихся после этого возможностях, поделятся опытом собственных действий для достижения успеха. Посещение блоггинг мероприятия - это шанс провести время с максимальной пользой, а также отдохнуть в компании популярных и успешных людей.

Мероприятие не ограничиться только деловой частью, после её окончания для участников встречи будет организован банкет с приглашенными спикерами, а также музыкальное сопровождение в роли диджея. Программа мероприятия продемонстрирована в таблице 4.

Таблица 4 - Программа встречи - блоггинга в отеле «Fioleto»

День 1 (время)	Описание мероприятий
10:00 - 12:00	Тренинг
12:00 - 12:20	Кофе-брейк
12:20 - 14:00	Тренинг
14:00 - 15:00	Обед в ресторане шведской линии «Лаванда»
15:00 - 17:00	Вопросы и ответы
17:00 - 18:00	Автограф сессия
17:00 - 18:00	Ужин - фуршет в ресторане «Лаванда»
18:00 - 21:00	Развлекательная программа, дискотека (приглашенный диджей)

Такого рода встреча должна быть на высоком уровне, поэтому помимо работы анимационной команды отеля, также следует обратиться к помощи профессионалов. В рекламе мероприятие нуждаться не будет, так как

обязательным условием участия будет пост о событии. Таким образом, отель может максимально охватить сферу Instagram.

2. Следующим мероприятием станет – «Тимбилдинг для фрилансеров», который планируется провести в начале октября. Последнее время все больше и больше людей уходят работать в фриланс, данный вид работы подразумевает труд вне штата какой-либо компаний, наподобие частной практики. В виду этого хотелось разработать и провести мероприятие для данной категории людей и пригласить фрилансеров из разных сфер деятельности. Мероприятие планируется провести в формате тимбилдинга, основные цели которого: возможность познакомиться, сплочение, возможность психологической разгрузки и многое другое [17].

Продолжительность мероприятия составит 2 дня / 1ночь, для участников разработаны специальные условия проживания (бесплатная парковка, скидка на проживание, бесплатный трансфер от места прибытия в город до отеля, ранний заезд). Программа мероприятия продемонстрирована в таблице 5.

Таблица 5 - Программа мероприятия – «Тимбилдинг для фрилансеров»

День 1 (время)	Описание мероприятий
11:00 - 12:00	Заезд в отель
12:00 - 12:20	Кофе-брейк
12:20 - 14:00	Знакомство между участниками - спортивный тимбилдинг
14:00 - 15:00	Обед в ресторане шведской линии «Лаванда»
15:00 - 16:00	Тренинг «Новости на рынке фриланса» - докладчики из приглашенных гостей
17:00 - 18:00	Свободное время
18:00 - 19:00	Кулинарный тимбилдинг
21:00 - 23:00	Развлекательная программа, дискотека (приглашенный диджей)
День 2 (время)	
09:00 - 10:00	Завтрак в ресторане шведской линии «Лаванда»
10:00 - 13:00	Обзорная экскурсия по Анапе в формате квеста
14:00 - 15:00	Обед в ресторане шведской линии «Лаванда»
16:00 - 17:00	Прощание с участниками, поздний выезд



Для современных молодых людей качество жизни, карьера, размер финансового вознаграждения и получение оригинального стимулирующего опыта в свободное время имеют одинаково важное значение. Неудивительно, что достигнув совершеннолетия и работоспособного возраста, поколение фрилансеров спровоцировало множество изменений в индустрии путешествий и гостеприимства. Именно растущее стремление поколения найти баланс работы, жизни и незабываемых впечатлений стало основной движущей силой для новых решений МICE-индустрии [24].

Считаем, что данное предложение, получившее название «Тимбилдинг для фрилансеров», будет являться интересным предложением и незабываемым опытом для тех, кто ищет нетрадиционный формат встреч.

В качестве места проведения предложенных мероприятий, будут задействованы: ресторан «Лаванда», бар «100negobar», прилегающая территория отеля, спортивные площадки. Выбранные места соответствуют концепции и техническим характеристикам мероприятия. Использовать собственную территорию отеля очень выгодно, так как не нужно платить за аренду, а наоборот, можно разрекламировать её как площадку для проведения различных массовых мероприятий.

Как было сказано в начале главы, мы выбрали самый сложный способ влияния массовых мероприятий на загрузку отеля, а конкретно - самостоятельную организацию двух мероприятий. Несмотря на сложность, данный способ имеет ряд преимуществ, а именно:

- Во - первых, само по себе событие - это повод поговорить о нем, о средстве размещения, обсудить, что там будет происходить и так далее - то есть резкое увеличение такого вида рекламы, как «сарафанное радио».

- Во - вторых, если мероприятие интересное и хорошо организовано, можно получить несколько бесплатных обзоров в СМИ, что тоже повышает репутацию предприятия.

- В - третьих, событие - это возможность дополнительного заработка.

- В - четвертых, любое мероприятие, проходящее на территории отеля

является своеобразным рекламным туром для его посетителей. Без него гости нет гарантии, что гости, когда ни будь бы остановились именно в этом отеле, но приехав исключительно на данное мероприятие смогли оценить заведение по достоинству. Такие гости могут навсегда стать поклонниками данного средства размещения и приезжать уже независимо от различных мероприятий.

### **3.2 Оценка эффективности и рекомендации по продвижению массовых мероприятий в отеле**

Были составлены расчётные сметы по каждому мероприятию, в которых учтены все планируемые затраты на организацию данных программ.

1) Для первого мероприятия в стиле блоггинга, растёт прибыли будет производиться на 100 приглашенных, не считая непосредственно самих блогеров, для которых проживание по системе «всё включено» будет бесплатным (в течении 2-х суток), по понятным причинам, поскольку они выступают в качестве рекламных агентов предприятия «Fioleto». Общее количество приглашенных блогеров в районе 10 - 15 человек.

Примерная расчётная смета мероприятия для блогеров «Instagram» представлена в таблице 6.

Таблица 6 –Расчётная смета встречи «Блоггеров Instagram»

№	Статья расходов	Описание
1	Услуги Event - агентства	40000р
2	Зарплата обслуживающему персоналу (18 человек)	36000р
3	Фотографы	30000р
4	Приглашенный диджей	20000р
5	Питание: кофе-брейк, обед и ужин-фуршет от ресторана «Лаванда»	345000р
6	Итого прямых затрат:	471000р
7	Косвенные затраты (10% суммы затрат)	47100р
8	Полная себестоимость:	518100р
9	Прибыль: вход на мероприятие 7000 рублей на 1 человека	700000р
10	Чистая прибыль:	181900р

### Описание расчётов:

1. Для организации такого рода мероприятия, помимо работы анимационной команды отеля, мы подключим профессиональное event-агентство, ведь успех мероприятия зависит не только от финансов, но и от того насколько интересным он будет по своему содержанию.

На сегодняшний день на рынке информационных услуг нашего края, появляется все больше агентств занимающихся организацией разного рода мероприятий. Рассмотрев с разных сторон особенности этих агентств, мы сделали свой выбор в пользу лидирующей компании в этой сфере event - агентства «Праздник PRO» в г.Краснодаре. «Праздник PRO» - агентство, занимающееся организацией мероприятий различного уровня и сложности: организация корпоративных мероприятий, тимбилдингов и деловых мероприятий (конференции, круглые столы, семинары), организация детских праздников, организация свадеб, выпускных и юбилеев, а также организация городских массовых мероприятий [35].

Услуги event - агентства «Праздник PRO»: 40000р.

2. Зарплата обслуживающему персоналу:  $18\text{ч.} * 2000 * 1\text{день} = 36000\text{р.}$

За основу мы взяли стоимость оплаты в размере 2000 т.р.день, без учета премии. Кроме того, логично, что какая та часть персонала в виду объёма выполняемых действий получит больше, а кто-то меньше.

3. Услуги фотографов:  $15000\text{р} * 2\text{ч} = 30000\text{ рублей.}$

4. Приглашенный диджей. Средняя стоимость услуг диджея по Краснодарскому краю 15000 - 20000т.р. – 6 часовое выступление.

5. Питание: (кофе-брейк, обед и ужин-фуршет), 3000т.р. на 1 человека, всего гостей 115 (из которых 100 обычные гости и 15 приглашенные блогеры).  
Получаем:  $115 * 3000 = 345000\text{р.}$

6. Итого прямых затрат:  $40000\text{р} + 36000\text{р} + 30000\text{р} + 20000\text{р} + 345000\text{р} = 471000\text{рублей.}$

7. Косвенные затраты (10% суммы затрат):  $471000(10\%) = 47100\text{р.}$

8. Полная себестоимость (прямые затраты + косвенные затраты):

$$471000 + 47100 = 518100\text{р.}$$

9. Прибыль: стоимость входного билета на мероприятие 7000 рублей на 1 человека. Соответственно на общее количество (100ч):  $7000 * 100\text{чел.} = 700000\text{т.р.}$

$$10. \text{ Чистая прибыль: } 700000 - 518100 = 181900\text{рублей.}$$

Продвижение данного мероприятий, будет главным образом осуществляться через event - агентство «Праздник PRO», в стоимость услуг которого входит в том числе рекламная деятельность, а также через непосредственных участников мероприятия – блогеров, обязательным условием для которых будет оповещение о мероприятии до, вовремя и после его окончания [35].

2) Вторым предложенным мероприятием стал – «Тимбилдинг для фрилансеров», продолжительностью 2 дня /1ночь. Примерная расчётная смета программы – «Тимбилдинга для фрилансеров» составлена на 50 участников и представлена в таблице 7.

Таблица 7 – Расчётная смета программы «Тимбилдинг для фрилансеров»

№	Статья расходов	Описание
1	Проживание по системе «всё включено» со скидкой	148750р
2	Реклама (таргетированная реклама в Facebook, Вконтакте, Instagram)	25000р
3	Приглашенный диджей	20000р
4	Обзорная экскурсия по Анапе в формате квеста: «Анапа от А до Я»	5370р
5	Зарплата обслуживающему персоналу (14человек)	56000р
6	Итого прямых затрат:	255120р
7	Косвенные затраты (10% суммы затрат)	25512р
8	Полная себестоимость:	280632р
9	Прибыль: стоимость посещения мероприятия на одного человека -14 000т.р	700000р
10	Чистая прибыль:	419368р

### Описание расчётов:

1. Проживание по системе «всё включено» со скидкой -15%. Обычная цена - 6999р. за 2-х местный номер. Цена (15%) - 5950р. цена на 1 человека - 2975р. На группу из 50 человек:  $2975р * 50ч. = 148750т.рублей.$

2. Реклама (таргетированная реклама в Facebook, Вконтакте, Instagram). Рекламу планируется запускать примерно за полгода до мероприятия, на которую в месяц будет расходоваться 5000р., за 5 месяцев средства на рекламу составят 25000р.

3. Средняя стоимость услуг диджея по Краснодарскому краю 15000-20000т.р. – 6 часовое выступление.

4. Квест - экскурсия будет приобретена у компании QuestPlanet, которая предлагает готовые квест – экскурсии в современном формате, которые можно пройти с помощью смартфона [37]. Квест - экскурсия по Анапе под названием: «Анапа от А до Я» продлится 2 ч. 30 минут, общая протяженность 4,1 км. Поскольку группа достаточно большая, для удобства прохождения предлагается разделить ее на три группы. Стоимость одной скаченной квест - экскурсии - 1790р. Соответственно получаем:  $1790р * 3группы = 5370р.$

В качестве спикеров, которые будут проводить тренинг, не имеет смысла приглашать дополнительно сторонних докладчиков, ими выступят сами гости, ведь они как никто другой смогут поделиться знаниями в различных направлениях фриланса. Поэтому это будут и все прямых затраты.

5. Зарплата обслуживающему персоналу, куда в том числе входит организация спортивного и кулинарного тимбилдинга, а также экскурсионная программа формате квеста, рассчитана на 14человек куда входят: координатор мероприятия, анимационная команда, повар, официанты, горничные и другие). За основу мы берем стоимость оплаты в размере 2000т.р.день, без учета премии. Кроме того, логично, что какая та часть персонала в виду объёма выполняемых действий получит больше, а кто-то меньше. Зарплата обслуживающему персоналу составит:  $14ч. * 2000 * 2дня = 56000р.$

6. Итого прямых затрат:  $148750 + 25\,000 + 20\,000 + 5\,370 + 56\,000 = 255120$ р.

7. Косвенные затраты (10% суммы затрат):  $255120 (10\%) = 25512$ р.

8. Полная себестоимость (прямые затраты + косвенные затраты):  
 $255120 + 25512 = 280632$ р.

9. Прибыль: стоимость посещения мероприятия на одного человека составит -14000т.р. Соответственно на группу:  $14000 * 50 \text{ чел.} = 700000$ т.р.

10. Чистая прибыль:  $700000 - 280632 = 419368$ т.р.

Основываясь на данных полученных из расчётных смет программ, чистая прибыль предприятия от организации мероприятий составит:

1. Мероприятие в формате встречи «Блоггеров Instagram» -181900рублей.

2. Мероприятие «Тимбилдинг для фрилансеров» - 419368 рублей.

Исходя из расчётов, можно заметить, что оба мероприятия являются финансово выгодными для отеля «Fioleto», с некоторыми преимуществами у каждого. Например, второе мероприятие - «Тимбилдинг для фрилансеров», получилось более выгодным в финансовом плане, в размере чистой прибыли. А мероприятие в формате встречи «Блоггеров Instagram», хотя и уступает в финансовых показателях, является лучшим способом обеспечить известность отелю «Fioleto», поскольку последнее время большую часть рекламы, которую мы получаем это реклама блогеров в сети «Instagram».

Оба event-мероприятия - это мощная отрасль, которая активно развивается, в результате, отель получает масштабную рекламу, популяризацию бренда, денежную прибыль, загрузку в низкий сезон, новые партнёрские отношения, выход на новый уровень продаж.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Массовые культурно - зрелищные мероприятия, будучи одной из туристских отраслей, связанной с событийным туризмом, имеют большой экономический потенциал для развития регионов России, как и весь туризм в целом. Правильная грамотная организация таких мероприятий позволяет привлекать в регионы новые туристские потоки, а вместе с ними деньги, которые остаются в этих регионах. Существует несколько различных способов влияния массовых мероприятий на загрузку отеля. Первый, и самый простой – вовремя реагировать на мероприятия, проводимые в районе. Второй вид – это поиск организаторов мероприятий, которые нуждаются в площадке для проведения, яркими примерами являются многочисленные конференции и тренинги, проводимые на территории гостиничных комплексов. Третий вид, самый сложный –самостоятельная организация какого-либо мероприятия. С одной стороны, это требует огромных человеческих затрат, с другой - имеет массу преимуществ.

В начале исследования была поставлена цель - исследовать влияние массовых событийных мероприятий на привлечение туристов в гостиничный комплекс «Fioleto» и разработать event-мероприятия для отеля «Fioleto» с целью повышения уровня загрузки предприятия. В связи с поставленной целью, можно сделать ряд следующих выводов:

1. В последнее время в России активно развиваются многочисленные виды и жанры массовых мероприятий. Это обусловлено непрерывно возрастающим культурным уровнем молодежи, необходимостью общения и более организованного проведения досуга. Сегодня главным направляющими деятельности организаторов массовых мероприятий является организация содержательного свободного времени, удовлетворение их разнообразных интересов, воспитания патриотизма и гражданственности.

Современная культура вносит в традиционные формы массовых мероприятий свои новшества. Так, появились автопробеги и велопробеги,

проводимые во время праздников и фестивалей. Авто или вело колонна, движущаяся по улицам города, представляет яркое зрелище. В зависимости от организаторов, можно получить новые, современные мероприятия, состоящие из отдельных видов или отдельных комплектующих частей.

2. Отель «Fioleto» – это новый отель в Анапе, оформленный в современном стиле, предлагающий отдых по системе «ультра все включено». Отель является местом семейного отдыха, выполнен в ярких, радующих глаз красках. Основным видом деятельности предприятия является деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания, помимо этого отель работает еще по 52 направлениям. Предприятие является благонадежным предприятием, по данным электронной отчетности компании РБК и отзывам самих клиентов, общий рейтинг отеля «Fioleto» составляет почти 4% из 5%. Отель «Fioleto» является партнером программы субсидирования поездок по России. С 18 марта по 15 июня 2021 года можно получать кешбэк 20% при оплате путешествия картой «Мир», зарегистрированной в программе лояльности для держателей карт «Мир».

3. Отель «Fioleto» задействован как в городских, так и во внутренних мероприятиях. Этому способствуют имидж и репутация, официальная звёздность, высокий сервис, номерной фонд, наличие универсальной спортивной площадки, а также спектр дополнительных услуг. Отель не является организатором или заказчиком событийных мероприятий, но ежегодно предоставляет услуги проживания гостям г.-к. Анапа. Основные услуги для крупных мероприятий и не только - это проживание, питание, проведение различных мероприятий в отеле. И этот год не стал исключением, на ежегодный фестиваль «А.море фест» 2021, который прошел в г.-к. Анапа с 14 по 23 мая, приехало много гостей, в связи с этим загрузка отеля в дни проведения мероприятий составила почти 100%.

Учитывая, тот факт, что отель «Fioleto» располагает большим количеством дополнительных услуг, в том числе развлекательных, многие гости города Анапа предпочитают останавливаться во время проведения



массовых мероприятий именно здесь. Таким образом, отель «Fioleto» вовлечён в событийную жизнь города, активно принимает и расселяет гостей ивентов, предоставляет им питание, трансфер. Проанализировав анимационную деятельность отеля, можно заметить, что у предприятия комплексный подход к детской и взрослой анимации, проводятся как культурно-досуговые мероприятия, так и спортивная анимация любого уровня. Кроме того, на территории отеля регулярно проводятся различные инфотуры, тренинги, культурно - досуговые мероприятия.

4. С целью повышения уровня загрузки предприятия в «низкий сезон», а именно апрель и октябрь была разработана концепция проведения двух массовых мероприятий на этот период.

Первое мероприятие в стиле блоггинг для известных блогеров «Instagram», с различных городов и регионов страны планируется проводить в середине апреля. За последние несколько лет сфера интернет - блоггинга развилась от примитивного интернет общения до крупного информационного пространства. Популярные блоги уже давно могут конкурировать с мировыми СМИ, помимо этого, блог в известной сети «Instagram» - это отличная платформа для создания бизнеса и торговли. На данное мероприятие будут приглашены как известные блогеры, так и их поклонники, где они смогли бы увидеться вживую с теми, на кого подписаны, задать вопросы. Приглашенные гости расскажут о пути к популярности, об открывшихся после этого возможностях, поделятся опытом собственных действий для достижения успеха. Посещение блоггинг мероприятия - это шанс провести время с максимальной пользой, а также отдохнуть в компании популярных и успешных людей. Мероприятие не ограничиться только деловой частью, после её окончания для участников встречи будет организован банкет с приглашенными спикерами, а также музыкальное сопровождение в роли диджея.

Следующим мероприятием стала программа – «Тимбилдинг для фрилансеров», который планируется провести в начале октября. Последнее время все больше и больше людей уходят работать в фриланс, данный вид

работы подразумевает труд вне штата какой-либо компаний, наподобие частной практики. В виду этого хотелось разработать и провести мероприятие для данной категории людей и пригласить фрилансеров из разных сфер деятельности. Мероприятие планируется провести в формате тимбилдинга, основные цели которого: возможность познакомиться, сплочение, возможность психологической разгрузки и многое другое. Продолжительность мероприятия составит 2 дня / 1ночь, для участников разработаны специальные условия проживания и очень насыщенная программа. Именно растущее стремление поколения найти баланс работы, жизни и незабываемых впечатлений стало основной движущей силой для новых решений МІСЕ-индустрии. Считаем, что данное предложение, получившие название «Тимбилдинг для фрилансеров», будет являться интересным предложением и незабываемым опытом для тех, кто ищет нетрадиционный формат встреч.

5. Завершающим этапом разработки программ мероприятий явился подсчет затрат на их проведение и показателей эффективности проекта. Основываясь на данных полученных из расчётных смет программ, чистая прибыль предприятия от организации мероприятий составит:

1. Мероприятие в формате встречи «Блоггеров Instagram» -181900рублей.
2. Мероприятие «Тимбилдинг для фрилансеров» - 419368 рублей.

Исходя из расчётов, можно заметить, что оба мероприятия являются финансово выгодными для отеля «Fioleto», с некоторыми преимуществами у каждого. Например, второе мероприятие - «Тимбилдинг для фрилансеров», получилось более выгодным в финансовом плане, в размере чистой прибыли. А мероприятие в формате встречи «Блоггеров Instagram», хотя и уступает в финансовых показателях, является лучшим способом обеспечить известность отелю «Fioleto», поскольку последнее время большую часть рекламы, которую мы получаем это реклама блогеров в сети «Instagram». Оба event -мероприятия - это мощная отрасль, которая активно развивается, в результате, отель получает масштабную рекламу, популяризацию бренда, денежную прибыль, загрузку в низкий сезон, новые партнёрские отношения, выход на новый уровень продаж.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Постановление Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
3. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (дата введения в действие — 1 июля 2009 г.).
4. Алексеева, О.В., Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российская Международная академия туризма. Москва, 2018. - 87 с.
5. Асанова, И.М., Игнатъева, В.В. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело». - 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Academia, 2019. - 118 с.
6. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на Дону: Феникс, 2019. – 152 с.
7. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 77 с.
8. Богалдин - Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учебное пособие / В.В. Богалдин-Малых. - М.: МПСИ, 2019. - 312с.
9. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
10. Булыгина И.И. Анимация в сфере гостеприимства. Учебное пособие. Издательство: Кнорус, 2018. – 79с.

11. Ветитнев, А.М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме: учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 140 с.
12. Власова Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учеб.пос./ Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. -М.: ИЦ «Академия», 2010. -220 с.
13. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 91 с.
14. Гаранина, Е Н., Булыгина, И.И., Гаранин, Н.И. Анимация в сфере гостеприимства: учеб. пособие для вузов. – Изд.–: Кнорус, 2018. – 158 с.
15. Горбачев, А. А.; Дмитриева идеологические подходы в социокультурной анимации как средство развития туризма // Курорты. Сервис. Туризм. - 2021. - № 3-4 (24-25). - С. 30-37.
16. Гончаренко, А.Б. Анимационный сервис: учеб. пособие/А. Б. Гончаренко. – СПб: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2016. – 61 с.
17. Горбунова, Н.А. Ивент-технологии в событийном туризме: социокультурный подход / Н. А. Горбунова. – Орел: Орловский гос. ин-т культуры, 2019. – 83 с.
18. Житенёва, С. Ю. Образовательный туризм в России: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.]; — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 137 с.
19. Купченко, А.А. Событийный туризм в России // В книге: Актуальные проблемы и перспективы инновационного развития туризма, сервиса и сферы услуг Сборник трудов XVI Международной заочной научно-практической конференции. Редакторы: Огнева С.В., Шемятихина Л.Ю. – Москва, 2019. –208с.
20. Лысикова, О.В. Основные тренды событийного туризма / О. В. Лысикова, И. С. Пчелинцев // Стратегии и современные тренды регионального туризма и гостеприимства: материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Саратов, 2019. – 408с.

21. Миронова, Н. Событийный туризм, как основа геобрендинга территории. Издательство: ВАКО, 2018.- 45с.
22. Писарев, Е.Л. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; О-75— М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 64 с.
23. Приезжева Е. М. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие: 2-е издание. Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2014. — 158 с.
24. Самыгин, С.И. Социальные сети как социальный институт социализации молодёжи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 5. – 49с.
25. Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учеб. пособие для СПО / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 57 с.
26. Шмакова, Г.В. Краеведение: учеб. пособие для академического бакалавриата / Г. В. Шмакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 46 с.
27. Чередниченко Ю. П. Теория и практика продаж гостиничного продукта: учебное пособие. – Изд. Ростов н/ Д: Феникс, 2019. – 78 с.
28. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Ч-84 Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства, и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 202 с.
29. Юдина Е. В., Афанасьев О. Е. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сборник научных статей. Издательство: КноРус, 2018. -120с.
30. Учебное пособие. Засимович Е.С., Волобуева И.И. Современные проблемы сервиса и туризма. - 2010. - №4. - С.41-48.
31. Научно-методический электронный журнал Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности// Концепт. – 2015.– № 520.– С. 21-25.

32. Научный журнал «Инновации в науке» № 7(68). Нехаева Н.Е., Морозкина К.В. Туристский квест как инновационная форма экскурсии//– Новосибирск., Изд. АНС «СибАК», 2017. Часть 1. – С. 46-47.
33. Официальный сайт администрации муниципального образования город-курорт Анапа [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://www.anapa-official.ru/>(дата обращения: 5.04.2021)
34. Официальный сайт Отеля ООО «Fioleto» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа <https://fioletohotel.ru/> (дата обращения: 20.03.2021)
35. Официальный сайт event-агентства «Праздник ПРО» [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://prazdnikpro-siberia.ru> (дата обращения: 10.03.2021)
36. Электронная библиотека и интернет-магазин образовательной литературы «Юрайт» // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://urait.ru/events> (дата обращения: 27.03.2021)
37. Официальный сайт компании QuestPlanet [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <https://questplanet.ru/> (дата обращения: 21.04.2021)
38. Электронно - библиотечная система znanium.com [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 12.02.2021)
39. Официальный сайт образовательного туристического портала «Все о туризме» [Электронныйресурс]/Режим доступа: <http://tourlib.net/contacts.htm> (дата обращения: 17.04.2021)
40. Официальный сайт государственной программы субсидирования поездок [Электронный ресурс] / – Режим доступа: [мирпутешествий.рф](http://мирпутешествий.рф). (дата обращения: 13.03.2021)

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Отель «Fioleto All Inclusive Family Resort 4\*»



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

## Номерной фонд отеля «Fioleto»

Категория номера	Кол. основ мест	Кол. доп. мес	Кол. ном	Описание
Standard Double	2	1	36	Площадь: 20 м <sup>2</sup> кв.м. «Standard Double» представляет собой номер для двоих, со спокойными цветами интерьера и, конечно же, удобной, большой двуспальной кроватью и раскладным креслом. Данная категория номера без балкона.
Standard Double 5 floor	2	1	36	Площадь: 20 м <sup>2</sup> кв.м. «Standard Double» представляет собой номер для двоих, со спокойными цветами интерьера и, конечно же, удобной, большой двуспальной кроватью и раскладным креслом. В данной категории номера не стандартные окна. Номер без балкона.
Standard Twin	2	—	28	Площадь: 20 м <sup>2</sup> кв.м. «Standard Twin» – номера предназначены для двоих посетителей, предпочитающих спать раздельно. Данная категория номера без балкона.
Standard Twin 5 floor	2	1	30	Площадь: 20 м <sup>2</sup> кв.м. Номер с двумя раздельными кроватями, раскладным креслом. Данная категория номера без балкона и с небольшими окнами.
Standard Triple	3	1	30	Площадь: 25 м <sup>2</sup> кв.м. Удобное размещение всей семьи предусмотрено в номерах типа «Standard Triple». Номер с расширенной площадью, двуспальной и односпальной кроватями, и раскладным креслом. Данная категория номера без балкона.
Standard Triple 5 floor	3	1	30	Площадь: 25 м <sup>2</sup> кв.м. Просторный номер с двуспальной и односпальной кроватями, раскладным креслом/диваном. Данная категория номера без балкона и с небольшими окнами.
Superior with balcony	3	1	30	Просторный номер с двуспальной и односпальной кроватью, а также раскладным диваном. Данная категория номеров расположена во втором корпусе отеля. В номерах данной категории есть балконы.
Family Room	4	1	15	Площадь 38 м <sup>2</sup> кв.м. «Family Room» - просторный 1- комнатный номер с двуспальной и двумя односпальными кроватями, а также 2 раскладными креслами. Данная категория номера без балкона.
Family Room 5 floor	4	1	15	Площадь 38 м <sup>2</sup> кв.м. «Family Room» - просторный 1- комнатный номер с двуспальной и двумя односпальными кроватями, а также 2 раскладными креслами. Данная категория номера без балкона и с небольшими окнами.