

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 № 3 от «16» 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»

**«ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И
РАЗВЛЕЧЕНИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ
КУРОРТА»**

Выполнил(а) студент(ка)
4 курса группы 17-ГД-А
очной формы обучения
направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»
 Савченко Маргарита Сергеевна

Научный руководитель:
к.э.н., доцент
 Екимова Валентина Вячеславовна

Анапа, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 МЕСТО И РОЛЬ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В СИСТЕМЕ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ.....	6
1.1 Аттрактивность курорта, его ключевые составляющие и факторы, влияющие на её повышение.....	6
1.2 Досуг и развлечения как фактор повышения аттрактивности курорта: понятие, значение, классификация форм	11
1.3 Актуальность внедрения инновационных форм досуга в целях повышения аттрактивности российских курортов.....	17
ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЦВТ АБРАУ-ДЮРСО»	22
2.1 Оценка туристской аттрактивности курортного поселка Абрау-Дюрсо ..	22
2.2 Анализ деятельности ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по организации досуга и развлечений гостей курорта.....	33
2.3 Характеристика основных групп туристов курорта и анализ их потребительских предпочтений в отношении досуга и развлечений.....	41
ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ НА БАЗЕ ООО «ЦВТ АБРАУ-ДЮРСО» ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ.....	52
3.1 Проект мероприятий по внедрению инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»	52
3.2. Обоснование эффективности проектных мероприятий и оценка их влияния на аттрактивность курорта.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	67
Приложение А (справочное).....	71
Приложение Б (обязательное).....	72

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма и гостеприимства, являясь в настоящее время глобальным социально-экономическим явлением, функционирующим в условиях порой весьма жесткой конкуренции, характеризуется большой степенью подверженности инновационным процессам, следование которым зачастую является основным фактором, повышающим конкурентоспособность туристских организаций.

Курортные и туристские территории являются базовой составляющей туристского продукта индустрии и их аттрактивность зависит не только от наличия туристско-рекреационных ресурсов, но и от созданной инфраструктуры, наличия современной материально-технической базы, уровня сервиса, характера туристских аттракций, предлагаемых форм досуга.

Проблема многих отечественных курортов и туристских дестинаций заключается в том, что уровень сервиса и качество досуга порой сильно отстают от современных общемировых тенденций, в то время как отечественный спрос уже соответствует актуальным реалиям.

Все это диктует необходимость внедрения новых инновационных форм досуга и развлечений, позволяющих повысить аттрактивность отечественных курортных территорий и, тем самым, обеспечить и желаемый уровень потока туристов и сглаживание сезонных колебаний спроса.

В этой связи тема настоящей выпускной квалификационной работы актуальна и своевременна.

Объектом исследования является ООО «Центр Винного Туризма Абрау-Дюрсо».

Предметом исследования являются инновационные формы досуга и развлечений и возможность их внедрения на примере ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо».

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и внедрение инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» как фактор повышения аттрактивности курортной территории.

В ходе работы планируется решить следующие задачи:

1. Изучить место и роль досуга и развлечений в системе аттрактивности курортных территорий;
2. Провести оценку туристской аттрактивности курортной территории – поселок Абрау-Дюрсо;
3. Проанализировать деятельность ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по организации досуга и развлечений гостей курорта;
4. Разработать проект мероприятий по внедрению инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»;
5. Обосновать эффективность проектных мероприятий и оценить их влияние на аттрактивность курорта.

Методологической базой исследования являются труды, изложенные в различной научной и учебной литературе, посвященной проблемам развития курортных территорий и инновационным формам досуга и развлечений. В качестве основных авторов, можно выделить Чернуху Д.С., Алексееву О.В., Андреева А.Ю., Гатаулину С.Ю.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации теоретических данных, посвященных теме исследования, а также обобщении ключевых проблем и перспектив внедрения инновационных форм досуга для повышения аттрактивности курорта.

Практической ценностью данной работы можно считать возможность использования предложенных мероприятий и подходов по внедрению инновационных форм досуга для повышения аттрактивности курорта на примере ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо».

Гипотеза исследования заключается в предположении, что внедрение инновационных форм досуга и развлечений в деятельность исследуемого

предприятия положительно скажется на attractiveness всей курортной территории.

Структура работы представлена введением, тремя главами основного текста, заключением, списком литературы и приложением.

В первой главе исследуется место и роль досуга и развлечений в системе attractiveness курортных территорий. При этом особый акцент сделан на исследовании инновационных форм досуга, актуальных для индустрии туризма и гостеприимства в современный период.

Во второй главе исследуются формы досуга и развлечений курортной территории на примере ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо». В ходе исследования приводится общая оценка attractiveness курортного поселка Абрау-Дюрсо, анализируется деятельность исследуемого предприятия. Также изложены результаты проведенных маркетинговых исследований спроса и потребительских предпочтений туристов в отношении досуга и развлечений.

В третьей главе разработан проект по внедрению инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо».

В конце каждой главы сделаны выводы. В заключении сделаны общие выводы по проведенному исследованию и выработаны предложения по результатам всего исследования.

ГЛАВА 1 МЕСТО И РОЛЬ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В СИСТЕМЕ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

1.1 Аттрактивность курорта, его ключевые составляющие и факторы, влияющие на её повышение

В настоящее время ключевой характеристикой нового этапа развития туристического рынка стала его глобализация. Это привело к обострению конкурентной борьбы в условиях ограниченного потребления туристских продуктов.

В связи с этим в сфере туризма и гостеприимства становится невозможным построение долгосрочных конкурентных преимуществ как для туристских территорий, хозяйствующих объектов, так и туристских продуктов, в основу которых закладываются только уникальные природные и историко-культурные ресурсы.

Любое место на земном шаре с точки зрения рекреации, может привлекать и манить к себе, либо, наоборот, отталкивать. Назовем эти свойства местности аттрактивными (привлекающими) и репеллентными (отталкивающими) свойствами.

Аттрактивность (от латинск. *attrahere* - «привлекать») - однокоренное слово со словами «аттрактанты», «аттракцион».[7]

Аттрактанты [от лат. *attrahere* - привлекать] - природные или синтетические вещества, привлекающие животных. Аттракцион [от франц. *attraction*, букв. - притяжение]:

Аттрактивность – одно из ключевых свойств туристских ресурсов, свидетельствующих об их ценности, способность ресурса привлекать внимание туриста, вызывать эмоции, возбуждать интерес. Ресурсы, обладающие аттрактивностью:

- легко доступны туристу (транспортно, технологически и информационно);

- эстетически привлекательны;
- уникальны;
- известны на туристском рынке.[12]

В разных районах земного шара, в разных странах формируются потенциально-туристические районы с разной степенью аттрактивности.

При этом аттрактивность может быть обусловлена разными факторами: природными, культурно-историческими, социально-экономическими, этноконфессиональными.

Чаще всего аттрактивность обуславливается всем комплексом факторов, и в этом случае такие комплексно-аттрактивные районы особенно привлекательны для туристов и туристического бизнеса.

Таким образом, туристский район – это территория, обладающая определенными признаками аттрактивности и обеспеченная туристской инфраструктурой и системой организации туризма. [8]

Туристские районы отличаются следующими основными признаками: временем возникновения, историческими особенностями формирования; природными, историко-культурными, социально-экономическими и населенческими предпосылками формирования; уровнем развития туристской инфраструктуры; туристской специализацией.

Сегодня важнейшей задачей туристской отрасли является повышение привлекательности туризма как разновидности досуга и продвижение туристских территорий и услуг. Она реализуется в первую очередь через «предельно положительную аттракцию». Существует несколько подходов к определению аттракции.

В буквальном смысле аттракции – объекты показа и развлечения. Ряд авторов воспринимает аттракцию как систему развлечений и мероприятий, направленных на формирование позитивных ощущений от путешествия. Другими словами, под аттракцией понимается формирование привлекательности туристского продукта. [15]

Туристская привлекательность – это состояние туристских ресурсов территории и уровень её инфраструктуры, совокупность объектов и природно-климатических условий, которые нужны для обслуживания туристов.

Туристская привлекательность должна включать в себя специфику маршрутов, комплекс услуг, способных привлечь внимание туристов, уникальность объектов. Она реализуется через отношение потенциальных туристов к дестинации, оценку ими возможности региона удовлетворить их потребности. [17]

Под аттракциями также понимают непосредственно объекты и развлечения, способные сформировать у путешественника позитивный туристский опыт.

Ключевые функции аттракций:

- повышение конкурентоспособности туристской дестинации;
- формирование у туристов позитивного восприятия путешествия;
- побуждение потребителей возвращаться в туристскую дестинацию.

Существует несколько классификаций туристских аттракций. По происхождению выделяют:

1. Естественные аттракции (возникшие в процессе развития природного или культурно-исторического ресурса, обладающего подтвержденной научной ценностью).

2. Искусственные аттракции (представляет собой воплощение концептуального туристского ресурса в виде объекта).

Однако наиболее точной представляется классификация туристских аттракций по происхождению J. Swarbrooke. [24]

Автор делит их на четыре типа:

- 1) природные,
- 2) искусственные, но изначально не предназначенные для привлечения туристов,

3) искусственные и специально построенные для привлечения туристов,

4) специальные мероприятия.

Искусственные аттракции дополнительно классифицируются на воспроизводимые и невозпроизводимые.

Воспроизводимые аттракции ослабляют нагрузку на основные достопримечательности. Примером может послужить «Foamhenge» (копия «Стоунхенджа»), ставшая самостоятельной аттракцией. Возведение воспроизводимых аттракций оправдано в том случае, если естественные аттракции невозможно посетить в силу ряда причин (слишком далекого расстояния, долгих или частых реставрационных работ, запрета на чрезмерную антропогенную нагрузку).

Благодаря искусственным аттракциям туристский поток в дестинации не только увеличивается, но и рассредоточивается, снижая нагрузку на основные достопримечательности. Это открывает дополнительные возможности для развития территорий.

Классификация туристских аттракций по типу:

- naturalresources - естественные природные ресурсы (горы, водопады, пляжи, пещеры и т. п.);
- cultural&heritageresources - исторические места, крупные музеи, памятники архитектуры;
- recreationalfacilities - рекреационные пространства (национальные парки, заповедники, горнолыжные и морские курорты);
- specialevents - культурные и спортивные события;
- specificactivities - особые интересы (шоппинг, казино, скачки и т. п.);
- phsichologicalappeal - романтика, приключения;
- themeparks - тематические развлекательные парки. [2]

В зависимости от масштаба туристской привлекательности аттракции классифицируют:

1. Основные, если они способны удовлетворить туристов на «несколько дней или дольше».

2. Второстепенные — интересное или необходимое место для посещения на пути к основному месту назначения.

С точки зрения владения необходимо идентифицировать аттракции как принадлежащие государству, организациям и частным лицам.

В зависимости от сезонности — аттракции постоянного характера и сезонные.

Крайне важно понимать, что в сфере туризма ресурсом должны являться не только объекты и средства, которые привлекают туристов, а само обслуживание.

Необходимо учитывать какую взаимосвязь можно произвести между природной, культурно-архитектурной привлекательностью, с одной стороны, её способностью принимать, обслуживать туристов – с другой. Эти две стороны не могут существовать друг без друга и находятся в тесной взаимосвязи в туризме.

Туристским ресурсом становятся не столько объекты, ради которых турист приехал в данное место, сколько сервис, который ему здесь предлагается, поскольку в конечном счете турист платит не за достопримечательности, а, можно сказать, покупает сервис, будь то гостиница, транспорт, ресторан и т. д.

Стандарт обслуживания представляет собой комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания потребителей, которые призваны гарантировать последним установленный уровень качества всех производимых работ и операций. Стандарт обслуживания устанавливает формальные критерии, по которым оценивается качество сервиса и деятельность сервисного персонала производителя.[14]

Высокое качество сервиса способствует «приручению» клиентуры с целью обеспечения постоянных контактов и роста доходов и прибыльности предприятия–производителя. Неудовлетворительное же качество сервиса

вызывает немедленное, порой весьма длительное недовольство потребителя. Оно ухудшает имидж предприятия-производителя в его глазах и заставляет обратиться к конкурентам, выбор которых определяется уже не ценой или технологичностью предлагаемой ими продукции, а качеством совокупности оказанных услуг в процессе распределения по сбытовой сети, доставки и эксплуатации продукции.

Таким образом, аттракцию следует определить как важную часть турпродукта, включающую в себя формирование и потребление позитивных для туристов впечатлений. Создание туристских продуктов, основанных на аттракции, дает возможность расширить границы туристского предложения и стимулировать рост туристского потока.

1.2 Досуг и развлечения как фактор повышения аттрактивности курорта: понятие, значение, классификация форм

Под досугом современного человека подразумевается время, которое свободно от необходимого труда в сфере общественного производства, а также от воспроизводства человеком своих жизненных функций в рамках домашнего хозяйства и социальных отношений.[25]

Когда люди говорят о досуге, чаще всего они имеют в виду свободное от работы время. Однако ученые-исследователи и менеджеры, работающие в области организации досуга населения, не отождествляют эти явления, хотя они тесно связаны между собой.

Для определения свободного времени отдельного человека из его суточного бюджета времени следует вычесть время, которое он затрачивает:

- на производственно-трудовые функции, включая дорогу к месту работы и обратно;
- физиологический отдых (ночной сон);
- оздоровительные и санитарно – гигиенические нужды;
- покупку продуктов, их приготовление, прием пищи;

- приобретение необходимых вещей, товаров повседневного спроса и длительного пользования;

- воспитание малолетних детей, неотложную помощь близким людям.

Доля суток, которая остается в распоряжении человека после указанных вычислений, может быть определена как его досуг, или «чистое» свободное время в течение дневного бодрствования. Именно этой частью времени человек может распорядиться по своему усмотрению.[6]

В будний день доля свободного времени у работающего человека – относительно небольшая величина, один – три часа, а в некоторых случаях – несколько минут. Это время человек может увеличивать или сокращать за счет некоторых видов индивидуальной активности.

Таким образом, человек в состоянии варьировать – увеличивать или уменьшать свое свободное время, затрачивая его на занятия, не связанные с досугом. Однако эти его возможности не безграничны. Если труд на производстве или многочисленные заботы по хозяйству выходят за рациональные рамки, то человек резко ограничивает свое свободное время, что может вызвать стресс из-за переутомления. А люди, проводящие свободное время дома в пассивном бездействии, сдерживают свое развитие, их существование приобретает однообразный характер.

Свободное время относится к центральным ценностям человека, поэтому особое место занимает вопрос о ценностной ориентации досуга. При этом сегодня необходимо учитывать прогрессирующую динамику производства, экологическую опасность существования и жизнедеятельности, влияние новых средств массовой информации, растущее количество возможностей организации свободного времени. Все это сопровождается значительным изменением жизненных ценностей, которое характеризуется стремлением к оригинальности, проявлением индивидуальности, устремленностью к самостоятельным решениям на основе собственной компетентности.[16]

В нашем случае интерес представляет культурный досуг, который можно рассматривать как творческий процесс: свободный выбор культурных занятий, художественное творчество, приобщение к лучшим образцам искусства, туризм, самоорганизация досуга и др., т.е. время, которое люди посвящают не деятельности, связанной с профессиональным, образовательным и обязательным развитием, а активному, ориентированному на получение удовольствий и радостных впечатлений времяпрепровождению.

Досуг – это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости. Досуг – это деятельность, которой люди занимаются просто потому, что она им нравится. Вместе с тем учеными не отрицается, что все же основное предназначение досуга – рекреация. [20]

Именно необходимость в восстановлении физических и морально-психологических сил определяет потребность в досуге. Немецкий ученый Г. Клут считает: «Свободное время начинается там, где открывается возможность создать противоположный работе мир, с его собственными ценностями и притязаниями, такой мир, в котором активность человека направлена на отдых, на смягчение напряжения, на самого себя». [35]

Из сказанного выше следует, что свободное время и досуг играют очень значимую роль в жизнедеятельности, как отдельных людей, так и общества в целом.

Туризм – это специфический вид досуговой деятельности личности, который все больше привлекает к себе внимание исследователей различных специальностей.

Организация отдыха туристов на курортах является одной из важнейших задач специалистов курортного дела. Роль досуга в формировании современного образа жизни огромна. Досуг определяют как средство восстановления сил в процессе какой-либо деятельности,

любительских занятий и пр. Многочисленные опросы показывают, что основной целью приезда на курорт 50 - 70% отдыхающих является отдых. Этот процент несколько выше для морских курортов и ниже для узкоспециализированных (например, Кавказских Минеральных Вод).[5]

Понятие «досуг» – важное понятие социологии, педагогики, эстетики. Досуг наряду с отдыхом и развлечением выполняет функцию развития личности. А. Шопенгауэр назвал досуг венцом человеческого существования, так как только он делает человека полным обладателем своего «я».[34]

В литературе существует различная трактовка понятия «досуг». В теории и практике социально-культурной деятельности после многолетних дискуссий о сути, природе и функциях досуга утвердилось его научно-обоснованное определение: досуг – это деятельность в условиях свободного времени, которая обеспечивает отдых и дальнейшее развитие личности.

В любом случае, организация досуга отдыхающих – трудная задача, связанная, прежде всего, с большим количеством свободного времени у курортника в период пребывания в на отдыхе.[13]

Исследователи выделяют две органично связанные и взаимодополняющие социальные функции досуга:

- рекреативную, обеспечивающую снятие физического, психического напряжения и восстановление сил посредством активного отдыха;

- развивающую, которая находит свое выражение в вовлечении личности в процесс непрерывного просвещения, любительского творчества, самоутверждения и самореализации своих творческих потенций.

Среди наиболее эффективных и социально значимых видов досуга существенное место принадлежит туризму. Рассмотрение взаимосвязей досуга и туризма позволяет, таким образом, более глубоко проникнуть в сущность туристской деятельности и более четко представить ее социально-культурные компоненты.

Система ценности досуга, вмещающая в себя относительно самостоятельные элементы, как то: отдых, развлечение, просвещение,

творчество, созерцание, праздник, в целом, по мнению Г.И. Афолина, представляет возможность системного видения ценностей туризма.[33]

В последние годы в организации досуга отдыхающих происходят значительные изменения. Это обусловлено:

- заимствованием опыта зарубежных курортов;
- ростом образовательного и культурного уровня населения;
- внедрением новых технологий индустрии развлечений;
- изменением структуры использования свободного времени;
- активизацией гастрольной и концертной деятельности профессионалов театра и эстрады.

Выбор конкретных форм досуговой деятельности зависит от возможностей материальной базы здравниц, ее месторасположения (в пределах курорта или отдельно расположенная) и наличия природных факторов (гор, водоемов, леса), контингента отдыхающих (взрослые, дети, семьи), уровня профессиональной подготовки работников досуговой сферы.

По мнению Сорокиной А.В., одним из видов досуга является туризм, сочетающий одновременно увлекательную и познавательную деятельность, и считается одним из наиболее активных и интересных.[32] В походах, поездках, путешествиях воспитываются терпение, смелость, выносливость, любознательность; на экскурсиях поощряется познавательная активность; в клубах по интересам развиваются творческие способности.

Так, можно выделить три основных направления досуга:

- культурно-познавательный;
- зрелищно-развлекательные и игровые услуги;
- спортивно-оздоровительные услуги.

Рассмотрим все эти направления подробнее.

Культурно-познавательный досуг направлен на приобщение туриста к культурно-историческим и духовным ценностям, который включает в себя: посещение музеев, театров, художественных галерей, парков, кинотеатров,

выставок, вечеров поэзии и др. Сюда часто включают досуг экскурсионного направления – посещение различных видов экскурсий.

Зрелищно-развлекательные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, дискотеки, ярмарки, карнавалы, тематические дни, а также концерты художественной самодеятельности.

Игровой досуг основывается на участии туриста в ролевых играх, конкурсах, пиратской вылазке, ночных походах. Так же сюда относят организацию детского досуга - это детские игровые комнаты, бэби-клубы, услуги няни.

Спортивно-оздоровительный досуг направлен на туристов, которые увлекаются тем или иным видом спорта или же для людей, ведущих активный здоровый образ жизни. Сюда включают различного рода спортивные площадки и залы, фитнес центры, салоны красоты, бассейны, массажные кабинеты, сауны, поля для гольфа, конный отдых.[10]

С точки зрения Головки О.М., Кампова Н.С., Махлинец С.С. и Симочки Г.В., современный досуг делится на несколько видов в зависимости от психологических, образовательных, социальных, рекреационных, физиологических и эстетических компонентов. Досуг можно разделить на следующие группы:

- досуг как рекреация – когда оно воспринимается исключительно как деятельность, помогает человека уравнивать организм;
- досуг как удовольствие – когда основной мотивацией досуговой деятельности является получение счастья и радости;
- досуг как восстановление сил – когда досуга считается средством восстановления здоровья человека, его духовных и физических сил; средство лечения и реабилитации;
- досуг как состояние бытия – сфера жизнедеятельности человека, в которой она может самореализоваться и развить свои способности;
- досуг как социальная стратификация – досуг зависит от того, выразителем которого социального класса является данное лицо;

- досуг как свободное время – время, остается для человека после выполнения ею рабочих обязанностей.[4]

Таким образом, формы досуговой деятельности изменяются и зависят от того, что хочет получить от отдыха человек и каких результатов он хочет достичь благодаря досуговой деятельности.

1.3 Актуальность внедрения инновационных форм досуга в целях повышения аттрактивности российских курортов

Досуг и туризм – весьма популярные в России темы для обсуждений на разных уровнях. Досуг – деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой индивид восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности. Это деятельность, осуществляемая в русле определенных интересов и целей, которые ставит перед собой человек. Усвоение культурных ценностей, познание нового, любительский труд, творчество, физкультура и спорт, туризм, путешествия – вот чем и еще многим другим может быть занят он в свободное время.

Все эти занятия укажут на достигнутый уровень культуры молодежного досуга. Плодотворное использование досуга человеком – важная задача общества, ибо, когда он осуществляет процесс своего досугового общения с искусством, техникой, спортом, природой, а так же с другими людьми, важно, чтобы делал он это рационально, продуктивно и творчески.

Туризм – единственная отрасль, названная феноменом XX века. В разной степени с ней связаны многие сферы деятельности современного общества, такие как экономика, культура, экология, педагогика и образование, здоровье и рекреация и др.

Однако до сих пор досуговый сервис в России находится на низком уровне, особенно в провинции, а туризм носит преимущественно выездной (внешний) характер. Причин тому довольно много – нестабильность экономики, отсутствие крупных инвестиций со стороны, как государства, так и частного капитала, неразвитая инфраструктура, недостаток высокопрофессиональных специалистов и т. д. Одной из причин является слабое внедрение новых форм, методов и технологий работы.

Инновации в досуге и туризме – разносторонние организационно-управляющие нововведения, состоящие в целенаправленных изменениях, производимых на разных уровнях индустрии досуга и туризма. Основные усилия по развитию инноваций в туризме направлены на повышение конкурентоспособности предприятий, на значительное улучшение туристского сервиса. Инновационный процесс представляет собой поэтапное принятие нововведений в досуге и туризме.[3]

Досуг и туризм призваны решать много задач: рекреационно-восстановительную, образовательно-воспитательную, просветительскую, задачу сохранения изучения и использования природного и историко-культурного наследия. Они же являются постоянными, весомыми (а для некоторых регионов и основными) источниками дохода, решают проблему создания рабочих мест и т. д.[1]

В качестве значимых для определения сути инноваций в туризме выделяют следующие классификационные признаки:

- источник идеи (потребности туристов, открытия, изобретения);
- вид инновации (аттракторы, инфраструктура туризма, турпродукт, способы и средства распределения турпродукта/услуги, управление, факторы производства);
- степень новизны (улучшающие, прорывные);
- широта воздействия, масштабность, связность (локальные, глобальные, системные);

- инвестиционное наполнение (некапиталоемкие, малокапиталоемкие, капиталоемкие).

Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе. Так, идея создания и реализация туристских проектов, даже не приносящих вначале существенной прибыли, может дать толчок развитию туризма и тем самым активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов населения.[9] Яркое доказательство тому – успех города Великого Устюга Вологодской области, который сегодня позиционирует себя как родина Российского Деда Мороза и переживает настоящий туристский бум.[22]

Инновационный процесс в туризме достаточно специфичен. Он получает, как правило, свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности клиента, а с другой стороны, в основном благодаря принятию совместных решений туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с туризмом, а также благодаря оценке отрасли местным населением.

К основным принципам инноваций в туризме относят:

1. Принцип научности, заключающийся в использовании научных знаний и методов для реализации инноваций, соответствующих потребностям туристов.

2. Принцип системности. Разрабатываемая стратегия инновационного развития сферы туризма в регионе должна учитывать факторы и условия, необходимые для удовлетворения потребностей людей в отдыхе; ресурсные возможности региона (экономические, финансовые, кадровые и другие); социальное воздействие на общество; факторы внешней среды.

3. Принцип соответствия инновации потребностям туристов. Предлагаются только те новшества, которые действительно нужны клиенту, а не те, которые может произвести и внедрить туристская организация.

4. Принцип позитивности результатов, состоящий в предупреждении неразумного, не продуманного создания и внедрения новшества, которое может быть опасно, во-первых, для туриста; во-вторых, для конкретного предприятия; в-третьих, для биосферы и общества в целом.

5. Принцип имманентности инвестиционным процессам. Для проведения необходимых исследований, разработки и материализации инноваций используются инвестиционные ресурсы, эффективность которых определяется степенью значимости и масштабностью нововведений.

6. Соответствие инновационной деятельности и ее результатов (новшеств) уровню развития общества.

7. Принцип связности. Процесс нововведения заканчивается появлением на рынке продукта, который должен на определенном этапе своего жизненного цикла вызывать потребность (стимулировать идею) создания следующего новшества и обеспечивать финансовую поддержку этого процесса.

8. Принцип безопасности. Любое нововведение должно гарантировать отсутствие вреда для человека и окружающей его среды.

Сегодня в мире идет активное развитие различных видов инновационного туризма: образовательного, экологического, лечебно-оздоровительного, романтического, приключенческого, делового и корпоративного, кулинарного, сельского, спортивного, космического, духовно-паломнического, а также туризма для людей с ограниченными физическими возможностями и детского каникулярного отдыха.[11]

Инновационные виды туризма можно разделить на такие категории, как:

1. деловой (корпоративный или бизнес-туризм);
2. обучающий (образовательный) туризм;

3. событийный туризм;
4. экотуризм;
5. агротуризм;
6. активный и экстремальный туризм;
7. экзотический или приключенческий туризм;
8. новые виды культурно-экскурсионного туризма;
9. хобби-туризм;
10. шопинг туризм;
11. таймшер;
12. комбинированные туры.

Появление на рынке новых видов услуг обусловлено многими факторами: научно-техническим прогрессом, предоставляющим всё новые возможности в организации поездок; урбанизацией, в связи с которой возникает желание снять стресс и абстрагироваться от жизненной рутины.[18]

Таким образом, инновации в досуге и туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе.

ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЦВТ АБРАУ- ДЮРСО»

2.1 Оценка туристской аттрактивности курортного поселка Абрау-Дюрсо

Курортный поселок Абрау-Дюрсо является небольшой курортной территорией, расположенной в 20 километров от города Новороссийска. В центре курортного поселка находится озеро Абрау и небольшая река Дюрсо, что и послужило названием данной территории.

Поселение Абрау-Дюрсо было основано в 1870 году как удельное имение царской семьи и в дальнейшем развивалось как центр виноградарства и производства шампанских вин. Абрау-Дюрсо известный бренд советского и, теперь уже, российского шампанского.

В настоящий момент курортный поселок Абрау-Дюрсо выходит за рамки моноспециализированной территории становясь центром винного, гастрономического и Wellness&SPA отдыха в Краснодарском крае. Туристско-рекреационные ресурсы региона разнообразны и позволяют развивать практически все известные виды туризма.

Приведем характеристику рекреационных ресурсов курортного поселка Абрау-Дюрсо.

Природно-климатические ресурсы благоприятны – климат в Абрау-Дюрсо теплый, мягкий, близок к средиземноморскому. Отсюда сравнение этого места с французской Ривьерой. Горные склоны покрыты можжевельниковыми зарослями, которые в жаркие дни создают в воздухе особый хвойный аромат. Летом воздух прогревается до +25-26°С градусов и почти всегда светит солнце. Зимой средняя температура +5°С. Купальный сезон длится с конца мая и по октябрь.

Что касается инфраструктуры поселка, хочется отметить определенную специфику: в курортном поселке работают дегустационные залы, ряд

специализированных магазинов, рестораны и кафе. Из социальных объектов в Абрау действует школа, детсад, больница, полиция, магазины, почтовое отделение, банк.

С Новороссийском Абрау соединяет качественная автодорога. Сообщение с городом выполняется за счет регулярных рейсов общественного транспорта. Ближайший железнодорожный вокзал от Абрау находится в Новороссийске, на расстоянии 20 км от села, ближайший аэропорт – в Геленджике, на расстоянии 50 км, до аэропорта в Анапе – 60 км.

Поселки Абрау и Дюрсо соединены узкой горной дорогой, а дальше, до города Новороссийск, проложена высококачественная автомобильная дорога. Общественный транспорт ходит круглогодично и с регулярностью 15-25 минут.

На территории поселка Абрау-Дюрсо расположено 5 общих парковок.

Курорт Абрау-Дюрсо расположен совсем рядом с черноморским побережьем. До чистых диких пляжей можно доехать на автомобиле или велосипеде.

В километре от усадьбы «Круглое озеро» есть пляж *AbrauBeach*. Добраться до него можно пешком по живописной тропе или на специальном шаттле от отелей «Империял» и «Круглое озеро» (ходит каждые полтора часа).

На пляже в распоряжении гостей оборудованная зона отдыха, в которую входят: душевые, санузлы, навесы, лежаки, медицинский пункт, пункт охраны, комната хранения вещей, кафе у моря. Так же все посетители пляжа могут пользоваться лежаками и полотенцами.

Туристский продукт курортного поселка Абрау-Дюрсо представлен разнообразием экскурсий и пешеходных маршрутов.

Экскурсионный проект «Абрау-Дюрсо» существовал еще с 1970 года, однако работал с минимальными условиями сервиса. В 2007 году был создан экскурсионный отдел, и началась история Абрау-Дюрсо, как центра винного

туризма, который является одним из самых популярных по посещаемости объектов винного туризма в мире.[26]

На рисунке 1 представлен состав группы центра винного туризма «Абрау-Дюрсо».



Рисунок 1 – Структура Центра винного туризма «Абрау-Дюрсо»

Наиболее популярной экскурсией, предлагаемой туристам является экскурсия на одноименный завод шампанских вин.

Туристы посещают старинные тоннели, построенные в конце XIX века князем Львом Голицыным, когда Абрау-Дюрсо было удельным имением царской семьи. Гид знакомит экскурсантов с технологией приготовления классического игристого вина.

Туристы могут познакомиться с тонкостями производственного процесса во время специальной экскурсии по подвалам и винному заводу.

Именно здесь участники экскурсии становятся свидетелем процесса рождения шампанского, узнают, что же означают таинственные французские слова: «кюве», «ремюаж», «дегоржаж», в чем отличие классического способа производства от Charmat, знакомятся с современным производством и приобретают навыки профессиональных дегустаторов вина.

В ходе экскурсии подробно освещается каждый шаг винного производства. Сначала на специальном макете винного дома вам объяснят устройство винодельни. Затем покажут фильм об ее истории. Дальше самое интересное - путешествие по винным подвалам. Это действующие тоннели, все бочки и бутылки вокруг - самые настоящие, с которыми будут работать по той же технологии, о которой рассказывают экскурсоводы.

Если в экскурсию включена дегустация (это необязательный пункт программы), она становится финальной точкой винного путешествия. В прохладных винных подвалах музея имеется несколько дегустационных залов - Грот, Царский, Французский. Во время стандартной дегустации можно попробовать пять напитков, два из которых будут безалкогольные: «детское шампанское» и вода местного производства. Настоящих игристых вин будет три вида, и все они произведены по технологии Шарма.

Проводятся также и VIP-экскурсии. Они совпадают сообычной во всем, кроме дегустации: вам подадут 8 образцов вин, в том числе «брют», сделанный традиционным способом.

Практически каждый турист, приезжающий в Абрау-Дюрсо, посещает фирменный магазин с продукцией знаменитого завода. При заводе Абрау-Дюрсо располагается фирменный магазин «Грот», который находится прямо

в скалистой горе. Снаружи его стены расписаны занимательной графикой в синих тонах, а внутри - настоящая маленькая Франция. Магазин оформлен очень красиво, вход в него выполнен в виде арки с деревянными дверями. На полках и в шкафчиках выставлены игристые шампанские вина разного года изготовления и разной степени выдержки. Здесь и элитные сорта, и марочные, и коллекционные, и вина на разлив. Есть даже наборы сомелье под названием «Нос вина» – красные чемоданчики с коллекцией лучших винных ароматов. А для детей предусмотрено детское шампанское в красивых деревянных коробочках. Магазины Абрау-Дюрсо, как правило, имеют два этажа. На первом находится винный отдел с огромным выбором шампанских игристых вин по самой разной цене и на любой вкус. Здесь можно приобрести напитки как за несколько сотен, так и за несколько тысяч рублей. Также в продаже есть красивые подарочные наборы в деревянных коробочках, к некоторым прилагаются изящные бокалы. На втором этаже магазинов располагается сувенирный отдел, где можно купить на память самые разные предметы с символикой завода: фирменные брелки, ручки, стаканчики, футболки и даже ветровки с шапочками.

Как известно, вина особенно удачно сочетаются с сырами. Поэтому в «Абрау-Дюрсо» открыли производство собственных фермерских продуктов, и теперь это не только винный, но и сырный дом. Уже сейчас в фермерском магазине можно купить местные мягкие сыры. Твердые должны еще созреть: летом 2017 года первую партию заложили в винные погреба. Для сыров там освободили целый отсек, закрытый на специально вмонтированную стеклянную дверь, чтобы не занести бактерий. Кроме сыра, в «Абрау-Дюрсо» очень вкусная и разнообразная выпечка, а также джемы и варенья. Их можно купить в том же магазине или попробовать во время экскурсий на виноградники. Там, в деревянном шато с обзорной площадкой, тоже устаивают дегустации. Экскурсия на виноградники вообще больше похожа на пикник, так что лучше выбирать закатные часы, чтобы полюбоваться видами неба.

В Музее Славы, который наглядно познакомит гостей с историей Абрау-Дюрсо, рассказывают о достижениях и наградах винодельни, о людях, чей труд принес славу и известность марке. Среди экспонатов Зала Славы можно увидеть портреты, фотографии, награды, кубки, медали, этикетки, музейные артефакты. Вся 150-летняя история Абрау-Дюрсо доступна для изучения каждому гостю.

С 1 июня по 30 сентября Абрау-Дюрсо для гостей доступно Шато - панорамная площадка, расположенная в горах среди виноградников. С нее открывается захватывающий вид на виноградники, уходящие за линию горизонта, хребты Кавказских гор, озеро Абрау и Черное море. Здесь раскрывается подлинный дух Абрау-Дюрсо.

Гордость Абрау-Дюрсо - виноградники, которые расположились в непосредственной близости от поселка. Виноградники здесь были разбиты более 150 лет назад. Сегодня их общая площадь составляет 640 гектаров и с каждым годом продолжает расти.

Для гостей Абрау-Дюрсо проложены туристические пешие маршруты, а также трассы для внедорожников и квадроциклов. Гуляя по специальным маршрутам, можно насладиться видами долины озера Абрау, горными хребтами и Черным морем.

Для любителей активных видов досуга, на берегу озера расположена парусная школа. Парусный клуб AbrauSailing работает вне зависимости от времени года – мягкий климат, защищенность от сильных ветров и редкие заморозки позволяют регулярно проводить тренировки, прогулки под парусом, частные мероприятия и спортивные события. Парусная школа обучает детей и взрослых управлению парусной яхтой класса «Оптимист» и «RS Quest», сдает в аренду SUP-борды и WindSup-борды, яхты, организовывает прогулки под парусом на озере Абрау-Дюрсо.

В Абрау-Дюрсо открылась точка проката автомобилей и средств индивидуальной мобильности «GoAbrau».

«GoAbrau» – сервис, который объединяет все популярные предложения по аренде транспортных средств разных категорий на любой вкус.

Теперь территорию курорта можно изучать не только во время пеших прогулок. Гости смогут прокатиться на велосипеде, электросамокате, легковом авто и джипе. Дополнительно предлагаются услуги водителя. В дальнейшем в автопаркинге появятся квадроциклы и мопеды.

Также на базе «GoAbrau» планируется запуск нового экскурсионного проекта – ретро-автобуса «Абрау-Дюрсо» 1958 года выпуска. Став его пассажиром, можно будет познакомиться с историей и основными достопримечательностями курорта.

Ретритный центр йоги, расположенный на территории Усадьбы «Круглое озеро» предлагает всем желающим индивидуальные и групповые занятия йогой, различные терренкуры и хайкинг в горах.

По озеру каждый час проводится обзорная экскурсия на старинном ретро-пароходе. Ретро-пароход «Шампань», это уникальный проект, прототипом которому послужил эскиз Первого российского парохода «Елизавета», спущенного на воду в Санкт-Петербурге 3 ноября 1815 года.

Главная особенность парохода - его винтажный стиль, который отражен во всех деталях интерьера: Мебель и текстиль - ручной работы, антикварные иллюминаторы 1902 года, светильники и фонари, собранные с разных концов света, в том числе и те, что специально были подняты с морского дна и отреставрированы.

Отдельным пунктом хочется отметить шоу поющих фонтанов в Абрау-Дюрсо, которое известно на весь Краснодарский край, и не только. Ведь эти фонтаны считаются самыми большими в крае. Водяное полотно представляет собой экран, на котором транслируются клипы о курорте Абрау-Дюрсо: о винзаводе, о местных культурных событиях и т. д. Благодаря видео можно познакомиться с жизнью поселка.

Просмотр шоу бесплатный. Рядом расположены прокаты лодок и катамаранов по доступным ценам – на них можно отправиться в путешествие по озеру и посмотреть на шоу с необычных точек.

При таком обширном списке туристических мест для проведения досуга, не хватит и дня, чтобы со всем ознакомиться и приятно провести время. Поэтому, в центре, неподалеку от завода шампанских вин и экскурсионного отдела, расположен бутик – отель «Империял», в котором предпочитают останавливаться гости Абрау-Дюрсо, для комфортного отдыха.

Само здание было построено в 1958 году, и планировалось, как дача для высокопоставленных чиновников. Но дачей здание не стало, его выкупил завод и сделал общежитие для сотрудников. С годами общежитие постепенно становилось санаторием на берегу озера, и к 90-м годам превратилось в отель. В 2010 году была произведена полная реконструкция здания, расширили территорию, достроили правую и левую галерею, обновили фасад здания.

Организационно-правовой формой отеля является: Общество с ограниченной ответственностью «Центр Винного Туризма Абрау-Дюрсо».

Юридический адрес предприятия: 353995, Краснодарский край, город Новороссийск, село Абрау-Дюрсо, Промышленная улица, 19.

Фактический адрес предприятия: 353995, Краснодарский край, город Новороссийск, село Абрау-Дюрсо, Промышленная улица, 38.[27]

Предприятие является коммерческой организацией, и действует в соответствии с Федеральным законом от 08 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 23.04.2018) , иными нормативно-правовыми актами Российской Федерации, Краснодарского края, муниципальными правовыми актами, а также нормативно-правовыми актами, регламентирующими деятельность гостиниц.

Фотография архитектурного облика здания отеля приводится в приложении А.

На сегодняшний день, бутик-отель «Империял» — это успешно развивающийся, четырехзвездочный отель, номерной фонд которого составляет 40 номеров(таблица 1).

Таблица 1 - Номерной фонд бутик-отеля «Империял»

Категория номера	Стоимость при двухместном размещении, руб.	Количество номеров, ед.
Стандарт Улучшенный	11500	12
Стандарт	10300	3
Стандарт Эконом	8600	4
Полулюкс Улучшенный	15200	7
Полулюкс	13700	7
Полулюкс эконом	12000	2
Люкс	16300	2
Люкс Империял	25800	2
Люкс Президентский	26000	1

Помимо этого, на территории отеля находится SPA комплекс и ресторан французской кухни. Так же на территории отеля есть своя бесплатная парковка, парковая зона и детская площадка для тех, кто приехал с детьми.

Усадьба «Круглое озеро» – второй гостиничный объект, который относится к Центру Винного Туризма. Усадьба находится на юге Абрау-Дюрсо в 5 км от центра поселка, в живописной долине, окруженной лиственным лесом, недалеко от диких черноморских пляжей. Данное средство размещения идеально подходит для любителей активного отдыха, так как на территории Усадьбы расположен ретритный центр йоги и конный клуб. Номерной фонд Усадьбы «Круглое Озеро» представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Номерной фонд Усадьбы «Круглое Озеро»

Категория номера	Стоимость, руб	Количество номеров, ед
Номер класса Полулюкс	4000	1
Номер класса Стандарт TWIN	3000	2
Номер класса Стандарт DUBLE	3000	10
Дополнительное место	500	10

Приятным бонусом для гостей является открытый летний бассейн и мангальная зона, входящие в стоимость проживания.

Помимо отеля «Империял» и усадьбы «Круглое озеро», Центр Винного Туризма Абрау-Дюрсо тесно сотрудничает с гостиницей «Лагуна», находящейся в центре поселка и с гостиницей «Дюрсо Тауэр», расположенной ближе к поселку Дюрсо.

ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» работает по 43 направлениям. Имеет 10 лицензий и насчитывает 357 сотрудников. За 2018 год доход организации составил: 699 472,00 тысяч руб. Ежегодно предприятие растет и развивается, чтобы пользоваться спросом среди потребителей и удерживать лидирующие позиции среди конкурентов.

Таким образом, курортный поселок Абрау-Дюрсо является регионом, обладающим ценным рекреационным потенциалом и развитой материально-технической базой. Проведем оценку аттрактивности исследуемой курортной территорией.

Аттрактивность курортных территорий оценивается, прежде всего, наличием доступных и привлекательных рекреационных ресурсов, а также наличием развитой инфраструктуры и современной материально-технической базы.

Для того, чтобы оценить туристскую привлекательность курортного поселка Абрау-Дюрсо, необходимо исследовать его рекреационный потенциал и сравнить его с ближайшими курортными территориями.

Так, в качестве объектов оценки аттрактивности выберем, собственно, поселок Абрау-Дюрсо, поселок Витязево города-курорта Анапа, поселок Кабардинка города-курорта Геленджик.

Аттрактивность будет определяться как балльная оценка, учитывающая совокупность ряда показателей (природно-климатические характеристики, разнообразие рельефа, наличие водных ресурсов, зеленых массивов, объектов инфраструктуры, памятников истории и архитектуры, точек пейзажного обзора и так далее).

В таблице 3 приведена сравнительная оценка attractiveness курортных территорий Абрау-Дюрсо, Витязево и Кабардинка (по 10-ти балльной шкале).

Таблица 3 – Сравнительный анализ attractiveness курортного поселка Абрау-Дюрсо и ближайших курортных регионов

№ п/п	Критерий оценки	Курортный поселок		
		Абрау-Дюрсо	Витязево	Кабардинка
1.	Месторасположение региона и его транспортная доступность	7	8	8
2.	Природно-климатические характеристики региона	10	7	8
3.	Разнообразие рельефа	10	6	8
4.	Наличие водных ресурсов	10	6	7
5.	Наличие зеленых зон и парков	10	5	10
6.	Наличие пешеходных троп для терренкура	10	5	7
7.	Наличие памятников истории и архитектуры	5	5	5
8.	Наличие объектов туристского показа	10	5	8
9.	Наличие точек пейзажного обзора	10	5	10
10.	Инфраструктура	10	8	10
11.	Материально-техническая база	9	7	9
12.	Разнообразие туристских услуг	10	5	8
13.	Качество туристского обслуживания	10	6	8
14.	Соответствие услуг региона основному сегменту потребителей	9	9	9
15.	Потенциал для развития различных видов туризма	10	8	10
16.	Наличие развитой сферы досуга и развлечений	6	8	10
17.	Общий уровень цен	10	10	10
	Общая оценка attractiveness территории	156	113	145

Таким образом, из представленных данных видно, что курортный поселок Абрау-Дюрсо является привлекательной туристской дестинацией, однако, учитывая, что данная территория развивается как брендовый центр, элитного отдыха, необходимо обратить внимание на такие аспекты его

развития как внедрение инновационных форм досуга и развлечений в сегментах уровня «средний» и «выше среднего».

Рекреационные ресурсы исследуемого региона вполне соответствуют требованиям современных туристов.

2.2 Анализ деятельности ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по организации досуга и развлечений гостей курорта

Организация досуга рекреантов на курортах является одной из важнейших задач специалистов курортного дела и туризма.

В последние годы в организации досуга отдыхающих происходят значительные изменения. Это обусловлено рядом причин: заимствованием опыта зарубежных курортов; ростом образовательного и культурного уровня населения; внедрением новых технологий индустрии развлечений; изменением структуры использования свободного времени; активизацией гастрольной и концертной деятельности профессионалов театра, кино и эстрады.[19]

Центр Винного Туризма Абрау-Дюрсо всегда стремится к тому, чтобы радовать своих гостей разнообразием мероприятий и новинок в области досуга. Каждый год открываются новые туристические объекты, разрабатываются необычные мероприятия и акции.

Учитывая то, что основной туристический поток приходится на курортный сезон, который идет с мая по октябрь месяц, руководители всех подразделений ЦВТ стараются делать курорт интересным и для гостей, приезжающим в низкий сезон, несмотря на погодные условия.

По загруженности гостиниц можно заметить прекрасные результаты туристских потоков. На примере гостиницы «Империял» хорошо отображается вовлеченность гостей. В летний сезон 2020 года средняя загруженность отеля составила около 95%. Это были рекордные показатели, практически ежедневно все номера отеля были забронированы. Учитывая

непростое время для сферы туризма, обусловленное карантинными ограничениями, 11 июня 2020 года было разрешено восстановление и открытие гостиничных организаций, а 12 июня из 40 номеров отеля, уже 27 были заняты гостями. То есть за один день нашлось такое количество желающих посетить курорт.

В низкий сезон произошел небольшой спад туристского потока и загруженность отеля составила порядка 60%. Хотя в выходные дни (с пятницы по воскресенье, практически всегда весь отель был заполнен).

На рисунке 2 видна средняя загрузка отеля по месяцам.

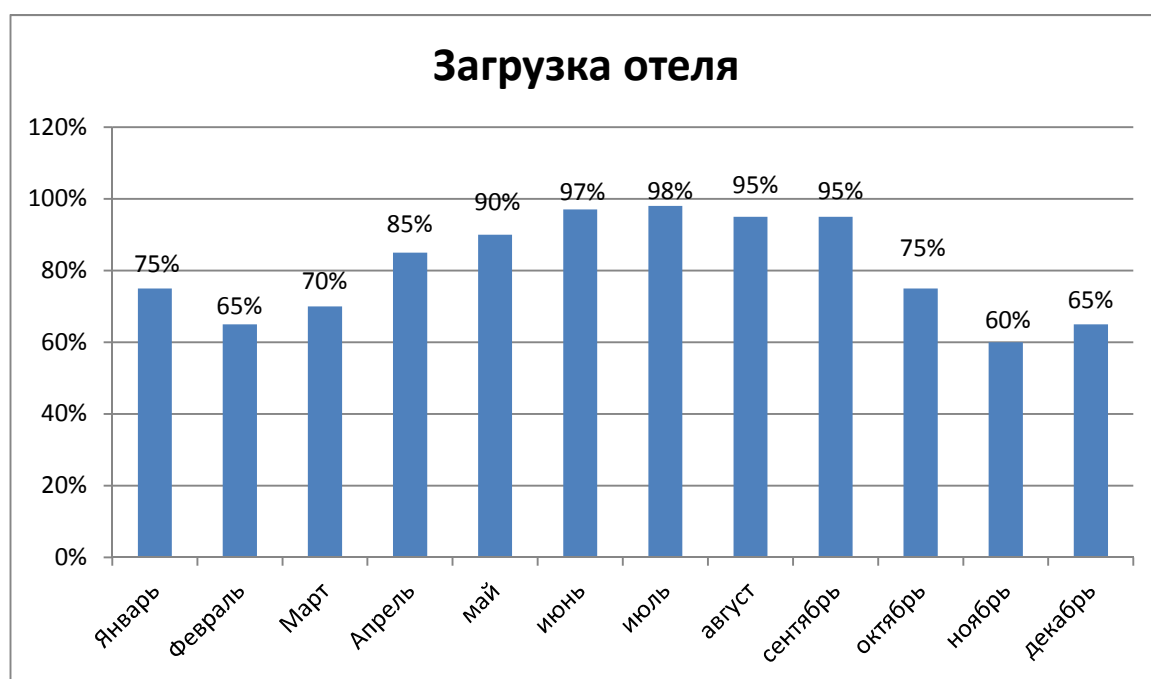


Рисунок 2 – средняя загрузка отеля «Империял» за 2020 год.

Руководители гостиниц придумывали различные акции и программы лояльности для гостей, чтобы поддерживать хорошие показатели.

К примеру, в низкий сезон дети до 14 лет проживали в отеле бесплатно. В обычное время стоимость дополнительного места для детей от 5 до 11 лет составляла 2200 в сутки, а от 11 лет 2500 рублей. Так же действовала скидка на проживание с воскресенья по четверг при прямом бронировании, которая

составляла 20% на проживание, на услуги СПА и ресторана, а так же 15% на VIP экскурсии по историческому комплексу.

С 27.11.20-30.11.20 проходила акция «Черная Пятница» во время которой при бронировании на февраль месяц гости могли получить скидку 25% на проживание.

Во время низкого сезона все фирменные магазины распродавали летнюю коллекцию вещей со скидкой 50%, наборы для начинающего сомелье, в подарок к которым шли аксессуары и напитки со скидкой 30%. На весь низкий сезон распространялась скидка в размере 15% для всех корпоративных клиентов и многие другие акции.

Парусный клуб так же привлекал гостей новыми и яркими предложениями. К примеру, проходило обучение детей в затянувшиеся каникулы со скидкой 30% (курс юного капитана, основы навигации, история парусного спорта и пароходства в России и мире).

Экскурсионный блок занимался максимальным продвижением акции «1 по цене 2» – экскурсия по подвалам и Галерея света за 1200 рублей только в не сезон. Прошло введение нового индивидуализированного продукта экскурсий – Экскурсия с дегустацией и гастроисторией (фуршетом) в дегустационном зале подвалов. Группы от 15 до 50 человек, набираются на конкретно определенные даты.

Необходимо заметить, что развитие досуга в рамках гастрономического туризма является, на сегодняшний день, доминирующим направлением. В этой сфере разработано большое количество услуг, всевозможных их вариаций, учитывающих потребности и возможности всех контингентов потребителей.

Ресторанный блок исследуемого предприятия разработал ряд акций мероприятий, направленных на привлечение гостей.

Гастрономические мероприятия в кофейне «Petit» ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» отображены в таблице 4.

Таблица 4 –Досуговые и акционные мероприятия кофейни «Petit» ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Период	Мероприятия и акции	Условия
Ноябрь-декабрь	Скидка на десерты на вынос	Скидка на десерты на вынос 20% после 18.00
Ноябрь-декабрь	Скидка на выпечку и хлеб 50%.	Скидка на хлеб и выпечку на 50 % после 18.00
Ноябрь-декабрь	Выпечка и напитки в дорогу для гостей отеля «Империял»	Скидка 20% на выпечку и кофе с собой для гостей отеля «Империял».
5 декабря 2020	Розыгрыш большого завтрака с шеф-поваром ресторана «Империял»	Разыгрывается завтрак на двоих в Петит кафе с шампанским Виктор Дравиньи Приз за репост.
5 декабря 2020	Большой завтрак в Петит кафе	Большой завтрак в кафе «Петит» с шеф-поваром ресторана «Империял»
Ноябрь-декабрь	Подарок за отзыв.	Напиши положительный отзыв – получи горячую бельгийскую выпечку в подарок. Гости пишут отзыв на tripadvisor, показывают официанту, получают в подарок горячую выпечку.
Ноябрь-декабрь	Легкие французские завтраки на берегу озера в кафе «Петит».	Завтрак из спецпредложения + напиток(кофе классика)скидка 10%. Размещение информации о завтраке в кафе. С 9.30 до 16.00
Ноябрь-декабрь	Скидка 10% на выпечку+ напитки на вынос	Предоставляется для гостей приобретающих выпечку с кофе на вынос.

Акции ресторана «Империял» отображены в таблице 5.

Таблица 5 – Досуговые мероприятия и акции ресторана «Империял» ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Период	Мероприятия и акции	Условия
ноябрь-декабрь	Шампанское в подарок при заказе столика на двоих в обеденное время	Шампанское РШ при заказе столика на двоих с 12:00 до 14:00.
ноябрь-декабрь	Гармония вкуса	Улитки «Эскарго» и бокал белого вина Шардоне «Абрау-Дюрсо» - 890рублей.
ноябрь-декабрь	10% скидка для гостей отеля	10% скидка на меню a la carte для гостей отеля с 12:00 до 23:00. Не распространяется на Room service

Таблица 5 – продолжение

Период	Мероприятия и акции	Условия
Каждую пятницу с 4.12.2020	Гастрономический ужин	Гастроужин в ресторане «Империал» с приглашенным виноделом. Каждую пятницу с 17:00 до 19:00.
Каждую субботу с 14.11.2020г	Блюдо от шеф-повара	Блюдо от шеф-повара ресторана «Империал» сервируется в зале ресторана при госте на тележке. Каждую субботу.

Ресторан «Гранд-кафе», которое находится в центре поселка так же разработало ряд мероприятий гастрономического досуга, отображенных в таблице 6.

Таблица 6. Досуговые гастрономические мероприятия и акции ресторана «Гранд кафе» ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Период	Мероприятия и акции	Условия
с 15 октября Ежедневно	Сезонное меню «Кухня» и «бар»	Специальные осенние блюда от Бренд-шефа и согревающие напитки от Бар-менеджера
Ежедневно	Специальное предложение Пицца с молодой моцареллой от сыроварни Абрау-Дюрсо с грушей и кедровыми орешками Рекомендации в сочетании с вином Усадьба Дивноморское Траминер	Ограниченное предложение
Ежедневно	Эногастро дуэт	Новинка сезона Ведерников Губернаторский 2018 года + блюда от шефа Стейк по-кубански с печеной тыквой и черносмородиновым ткемали
с 1 сентября по будням	Дюжина устриц и бутылка Виктор Дравиньи в подарок	При заказе 12 шт устриц в подарок бутылка игристого Премиум брют.
14-00 каждое воскресенье	Анимационная программа для детей	С 14-00 до 17-00 - Семейные выходные в игровом уголке с Аниматором

Таблица 6 – продолжение

Еженедельно со среды по воскресенье	Эногастрономический курс с сомелье стоимость 850 руб/персона	<p>Дегустации вин в сопровождении гастрономии и истории производства вин «Абрау-Дюрсо» Вас ожидает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Приятная компания во главе с сомелье Гранд кафе «Абрау-Дюрсо» Виталием Куриленко; - История винного дома Абрау-Дюрсо и создания вин; - Дегустация четырех вин - 2 игристых Виктор Дравиньи, 2 тихих Абрау Дюрсо - Гастрономия вечера - дегустационный сет холодных закусок Паштет из куриной печени с черносливом, орехами с добавлением брюта, Домашняя кабачковая икра с овощными чипсами, Форшмак из азовской сельди с хрустящими тостами из абрауского хлеба;Продолжительность 30 минут.
-------------------------------------	---	---

Также приведем аналогичную информацию по самому популярному ресторану в Абрау-Дюрсо – «Вилла Роз» (таблица 7).

Таблица 7. Мероприятия и акции ресторана кавказской кухни «Вилла Роз» ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Период	Мероприятия и акции	Условия
осень 2020-зима 2021	Осеннее предложение	Привлечь гостей новинками блюд
осень 2020-зима 2021	Правки в основное меню	полюбившиеся новинки из летнего меню
осень 2020г	Продажа продукции «Вилла Маркет»: тушенка, варенье, специи	Увеличение среднего чека ресторана+возможность гостя приобрести эксклюзивный продукт бренда «Вилла Роз»
осень 2020-зима 2021	Блог «Философия и анатомия кавказской кухни»	Совместно с отделом маркетинга продолжить серию статей

Гастрономическая школа «Абрау-Дюрсо» практически ежедневно проводит различные мастер классы по всем кухням мира и мастер классы для детей.

Помимо гастрономического досуга, ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» развивает и другие направления досуга и развлечений.

На данный момент Центр туризма «Абрау-Дюрсо» и Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова (МГХПА им. С. Г. Строганова) открыли новый проект – «Художественная галерея». Здесь жители и гости курорта смогут увидеть лучшие произведения выпускников «Строгановки», представленные различными видами, жанрами и направлениями искусства. Это не только живопись и скульптура, но и декоративное искусство. Открытие состоялось 20 мая 2021 года, вход свободный.

Центр туризма «Абрау-Дюрсо» принял участие в полуфинале конкурса «Мастера гостеприимства», который прошел в Петропавловске-Камчатском 24 апреля 2021. Специалист по туризму Татьяна Мелешкина презентовала жюри и участникам конкурса проект по инклюзивному отдыху в Абрау-Дюрсо, за что была удостоена почетного диплома. Проект Абрау-Дюрсо «Отдых без границ» направлен на развитие внутреннего туризма для людей с ограниченными возможностями здоровья. Данный проект актуален как для особенных туристов, общественных объединений инвалидов, сотрудников муниципальных учреждения, объектов туристического показа и туристических операторов.

Портал для автокемперов RV Land объявил итоги премии RV LandCampingAwards – 2020. Автокемпинг «Круглое озеро» удостоился победы в номинации «Лучший кемпинг для летнего отдыха».

Кемпинг расположен на территории Усадьбы «Круглое озеро», которая находится на юге Абрау-Дюрсо в живописной долине, окруженной лиственным лесом недалеко от диких черноморских пляжей.

В зоне кемпинга, оборудованной всеми необходимыми коммуникациями (электричество, вода, канализация), могут одновременно располагаться до 12 автодомов и караванов. В шаговой доступности: кафе

домашней кухни, открытый летний бассейн, конный клуб, йога-центр и смотровые площадки.

В Конгресс-холле «Абрау-Дюрсо» 21 марта состоялась 6-ая ежегодная выставка профессионалов праздничной индустрии побережья – Свадебный workshop в Абрау-Дюрсо. Специалисты рассказали женихам и невестам о современных тенденциях и основах планирования «свадьбы мечты». Гостей ждали выступления артистов, показ свадебной моды, множество новых знакомств, дегустация кэнди-бара от Кондитерской «Абрау-Дюрсо», а также розыгрыш ценных подарков, которые обязательно пригодятся в организации будущего торжества.

В 2021 году для модернизации работы курорта было запущено приложение «Абрау-Дюрсо». Официальное приложение курорта Абрау-Дюрсо – это многофункциональный гид по уникальному и необычайно красивому месту на юге России, на берегу живописного озера Абрау в непосредственной близости от Черного моря.

В приложении доступна самая актуальная информация о Курорте Абрау-Дюрсо:

- возможность приобретать и бронировать услуги курорта прямо в приложении;
- навигатор по пешим маршрутам курорта с информационным сопровождением маршрута;
- гид по достопримечательностям, экскурсиям и дегустациям;
- представлены все возможности для активного отдыха;
- информация по отелям, SPA и ресторанам курорта с возможностью бронирования;
- календарь событий и мероприятий Курорта с возможностью добавления уведомления о событии;
- много другой полезной информации о курорте.

Данное приложение уже довольно популярно среди туристов. Главное, это поддерживать его в актуальном состоянии и дополнять приложение полезным контентом.

Таким образом, можно отметить, что Центр Винного Туризма активно занимается досуговой деятельностью и продвигает свой курорт на туристическом рынке. Однако, необходимо также отметить, что основные досуговые мероприятия связаны с гастрономическим направлением, а также с тематическими экскурсиями.

Вместе с тем, потенциал исследуемого региона настолько широк, что это позволяет развивать и другие направления досуга и развлечений.

Проведем анализ основных групп туристов региона и оценим их потребительские предпочтения. Полученная информация может послужить основой для выбора актуальных направлений развития сферы досуга и развлечений для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей.

2.3 Характеристика основных групп туристов курорта и анализ их потребительских предпочтений в отношении досуга и развлечений

Мониторинг общей картины на рынке туруслуг, сегментированные опросы и составленные на основе отзывов потребителей разнообразные рейтинги помогают участникам турбизнеса определить не только место своей компании среди конкурентов, но и уяснить выявленные потребности потребителей и соответственно скорректировать деятельность туристской фирмы для более полного удовлетворения имеющегося спроса и успешного ведения бизнеса.

Известно, что ежегодно Центр Винного Туризма посещает более 500 000 туристов в год. В Краснодарском крае ПАО «Абрау-Дюрсо» - известный российский производитель шампанского и игристого вина строит четырехзвездочный отель и рассматривает возможность открытия еще

нескольких объектов гостеприимства. Общий объем инвестиций, запланированный компанией на 2021, составляет около 2 млрд. рублей, из которых половина будет направлена на расширение туристической инфраструктуры.

Глава компании Павел Титов в одном из интервью отметил, что: «Пока мы занимаемся строительством одного отеля, но потенциально рассматриваем возможность открытия еще нескольких объектов гостеприимства. В принципе, мы уже создали в Абрау-Дюрсо туристический кластер, но строительство и расширение инфраструктуры позволит создать условия для того, чтобы туристы смогли приезжать к нам на большее количество дней».[30]

По рейтингам и многочисленным опросам гостей, можно отметить то, что АбрауДюрсо является самой посещаемой винодельней в России. Центр Винного Туризма активно взаимодействует с различными туроператорами, привлекая к себе туристов из всех уголков страны и мира.

На 26-ой Московской международной туристической выставке Mitt, 12 марта 2019 года, генеральный директор «Центра туризма Абрау-Дюрсо» Денис Заболотный и генеральный директор ООО «Туроператор ИНТУРИСТ» Виктор Тополкараев подписали договор о сотрудничестве. Благодаря этому шагу, еще больше туристов узнает об отдыхе вместе с «Центром туризма Абрау-Дюрсо». Более того, совместная работа позволит еще громче заявить о проекте «Винные дороги», разработанном совместно с Союзом виноградарей и виноделов России.[31]

«Винные дороги России» представляют собой маршруты по винодельням, которые дают возможность туристам познакомиться поближе с тонкостями производства отечественного вина. Туры включают в себя посещение как крупных заводов, так и небольших частных предприятий. При этом гости совершают прогулки по виноградникам, наблюдают за всеми процессами приготовления благородных напитков и дегустируют продукцию.

Не раз Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края отмечало, что эногастрономический туризм – одно из самых динамично развивающихся направлений агротуризма, и выделяло ему особую роль. Его популяризация помогла курортам края сломать рамки сезонности, ведь посещение виноделен возможно на круглогодичной основе.

«Центр туризма Абрау-Дюрсо» активно использует различные виды взаимодействия с туроператорами и профильными объектами. Работа с туроператором «Интурист», входящим в семью международного гиганта ThomasCookGroup – это очередной виток в развитии взаимовыгодных партнерских отношений, которые помогут расширить географию туристов, приезжающих на винодельческий курорт и вклад в развитие внутреннего туризма.

Так же средства размещения Центра Винного Туризма: отель «Империял» и «Усадьба «Круглое озеро» приняли в 2020-2021 годах участие в программе от Ростуризма «кэшбек». Туристический кэшбек - программа Государственного субсидирования поездок по России, разработанная Федеральным агентством по туризму. В рамках этой Программы туристы могут оплатить путешествие картой «Мир» и получить кэшбек 20% от его стоимости.

До 15 июня 2021 года необходимо оплатить поездку зарегистрированной картой «Мир» на странице акции на сайте выбранного туроператора (или уполномоченного туроператором агентства), отеля или агрегатора, участвующих в Программе. Оплата производится сразу за весь период проживания в отеле. Данная акция вызвала большой ажиотаж и спрос среди гостей.

В основном, гости Центра Винного Туризма – это приезжие из всех уголков России и ближнего Зарубежья. Наиболее большой процент выпадает на жителей Краснодарского края (Новороссийск, Анапа, Геленджик, Краснодар); Ростовская область (Ростов-на-Дону, Новочеркасск, Шахты), так

же очень много приезжих из Москвы и Московской области, а так же Санкт-Петербурга.

Что касается иностранных гостей, то большая часть приходится на жителей Украины, Беларуси, Казахстана, Литвы. Так же Центр Винного Туризма сотрудничает с различными иностранными компаниями, которые приезжают с бизнес поездками во время низкого сезона, поэтому очень часто ЦВТ принимает гостей из Китая, Японии, Америки, Германии и других стран.

География гостей, отдыхающих в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» отмечена на рисунке 3.

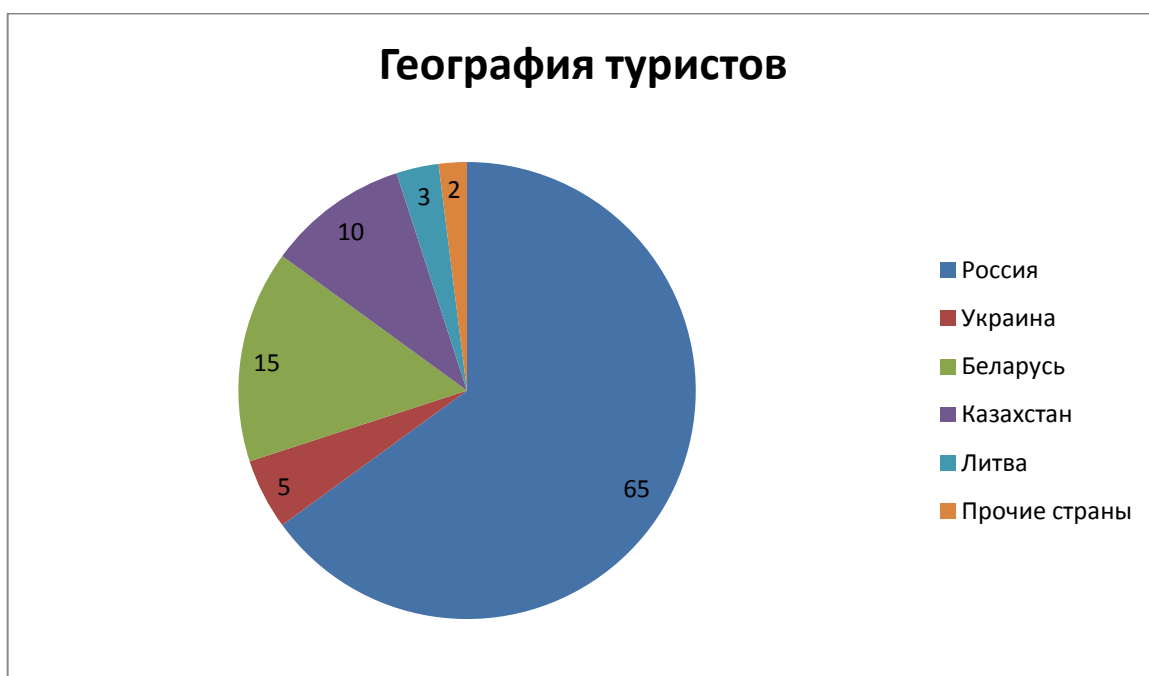


Рисунок 3 – География стран, прибывших гостей ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»
(доля туристов, %)

В высокий сезон цель поездки практически каждого гостя – это туризм и досуговая деятельность, поэтому невозможно определить конкретный возраст гостя. Кто-то приезжает с семьей, с маленькими детьми, кто-то предпочитает путешествовать с друзьями, ну а есть часть гостей, которые любят отдыхать одни.

В низкий сезон тенденция меняется и ЦВТ помимо простых туристов принимает корпоративных клиентов и занимается свадебным сезоном (осень-весна). Корпоративные клиенты зачастую снимают все номера в средствах размещения ЦВТ и во время своего визита посещают переговоры в конференц-залах, а в свободное время организаторы тура знакомят гостей со всеми аттракциями курорта. Во время свадебного сезона так же часто снимается большая часть номеров в отелях и бронируются рестораны и площадки для проведения выездных церемоний.

Центр Винного Туризма постоянно стремится к улучшению своей работы и внедрению всех инновационных форм досуга, поэтому регулярно сотрудники курорта проводят анкетирование гостей с целью оценки качества предоставления туристских услуг и выявления предпочтения пожеланий в работе курорта.

Перед началом курортного сезона в Абрау-Дюрсо, нами, совместно с сотрудниками информационного центра был проведен небольшой опрос 100 туристов, направленный на улучшение работы курорта. Образец анкеты находится в Приложении Б.

Что касается результатов анкетирования, их можно увидеть на рисунках 4-11.



Рисунок 4 – Распределение респондентов по региону проживания, %

Как видно из представленной информации, большинство клиентов исследуемой организации являются граждане Российской Федерации. Однако, порядка 35% клиентов являются представителями ближнего и дальнего зарубежья, что говорит о необходимости учета потребностей данного контингента туристов, в том числе и в отношении досуга и развлечений.

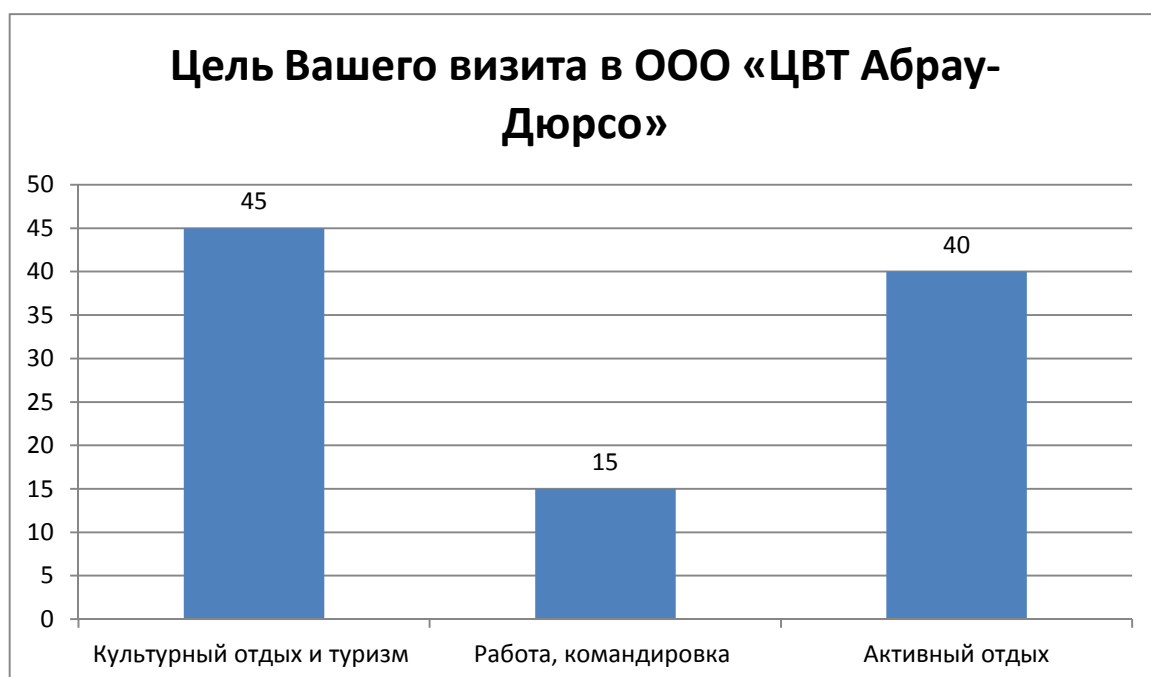


Рисунок 5 – Распределение клиентов ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по цели визита, %

Подавляющее большинство опрошенных прибыли с целью культурного отдыха и туризма, а также активного отдыха.

Эти данные подтверждают правильность выбора ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» основной концепции своего развития в качестве инновационного центра культурного отдыха и туризма. Это значит, что предприятию необходимо расширять перечень услуг в этом направлении.

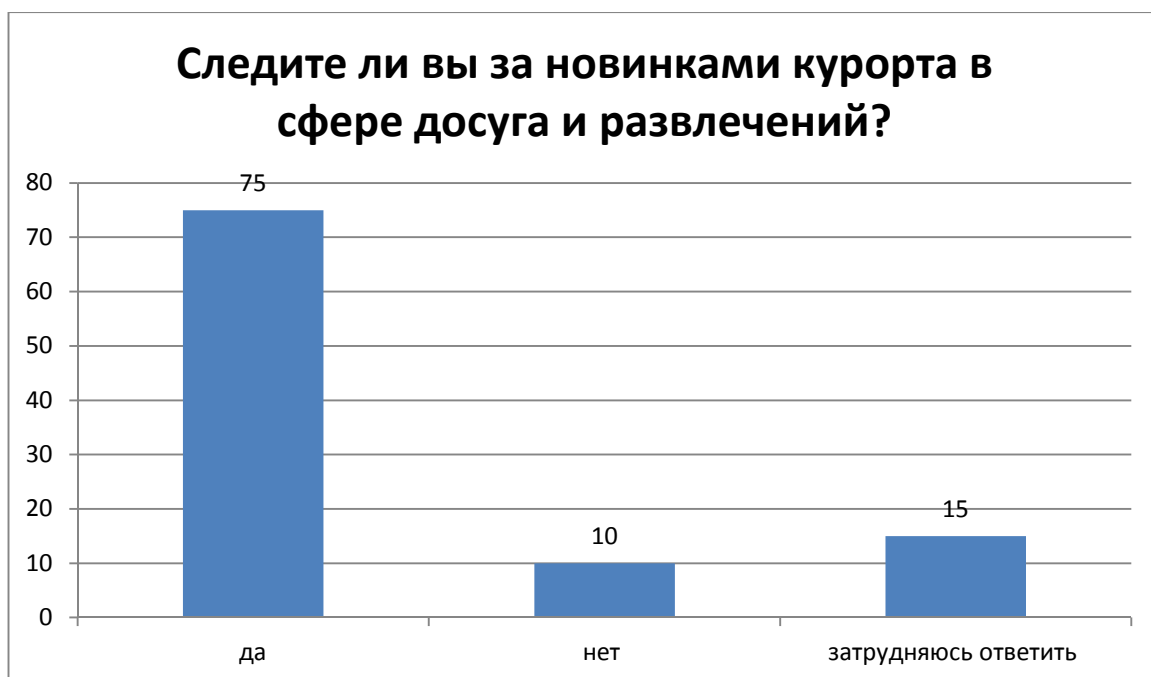


Рисунок 6 – Распределение ответов респондентов по степени заинтересованности новинками предложений досуга и развлечений курорта

Порядка 75% респондентов активно интересуются новинками в сфере досуга и развлечений.



Рисунок 7 – Распределение респондентов по частоте прибытий в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо», %

Как видно из рисунка, доля туристов, повторно приезжающих в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» достаточно высока, а это значит, что необходимо особое внимание уделять развитию новых предложений, услуг досуга и развлечений.

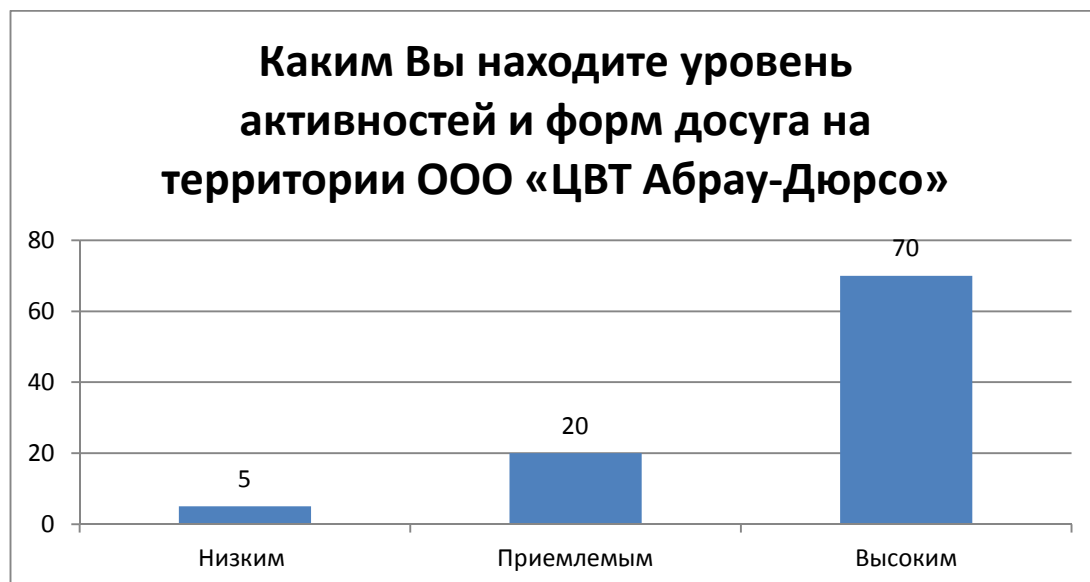


Рисунок 8 – Уровень удовлетворенности сферой досуга и развлечений в исследуемом предприятии, %

Как видно, большинство туристов, в целом, удовлетворены уровнем услуг досуга и развлечений, однако, порядка 25% опрошенных высказали некоторую неудовлетворенность. Это важный показатель того, что услуги организации нуждаются в обновлении, иначе, часто посещающие данный курорт туристы могут утратить свой интерес к региону, что негативно отразится на его attractiveness.

Также, на наш взгляд, необходимо учитывать, что основным направлением досуга туристов является услуги гастрономического туризма, которые, действительно, оказываются на высоком уровне. Однако, если углубится в сферу досугового разнообразия негастрономических услуг, а также обратить внимание на применение инновационных технологий, то показатели уровня удовлетворенности будут, безусловно, ниже.



Рисунок 9 – Распределение респондентов по досуговым предпочтениям, %

Согласно опросу, большинство туристов предпочитают культурно-событийное направление досуговой деятельности.

Необходимо отметить, что в данном вопросе не учитывалось гастрономическое направление досуга, так как оно широко представлено курортом и имеет стабильный спрос.

Однако, среди других направлений досуга и развлечений, можно выделить не так много предложений, большинство из которых относятся к сфере спортивно-оздоровительного отдыха.

Предложений по культурному досугу в ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» немного, однако из опроса следует, что данная потребность имеет место.

Также заметим, что курортный поселок Абрау-Дюрсо располагает высочайшим туристско-рекреационным потенциалом, допускающим возможность развития разнообразных видов туризма и форм отдыха. Кроме того, исследуемое предприятие располагает современной материально-технической базой для развития инновационных форм досуга и этот потенциал необходимо использовать.



Рисунок 10 – Распределение респондентов по предпочитаемому в путешествии обществу

Как видно, туристы ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» предпочитают путешествовать с семьей и друзьями. Это необходимо учитывать в деятельности исследуемого предприятия.

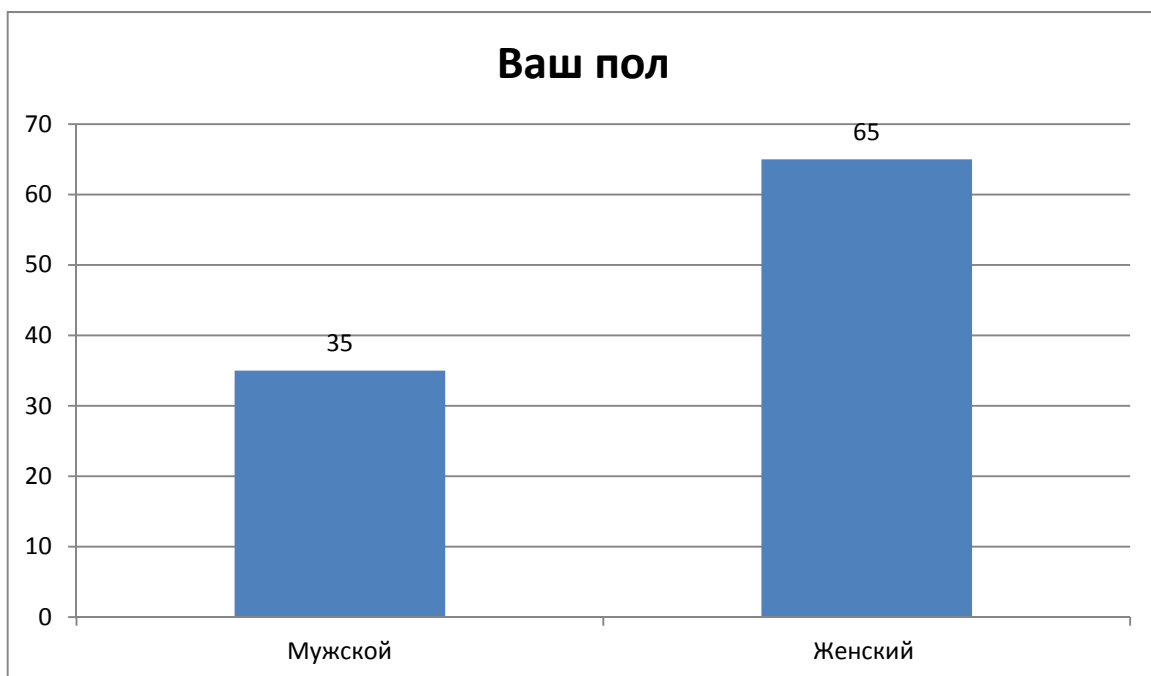


Рисунок 11 – Распределение респондентов по полу, %

Исходя из данных анкетирования, можно отметить, что большая доля гостей ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо», в целом, довольны предложенными формами досуга на курорте, активно интересуются всеми обновлениями и новыми предложениями. Так же интересно будет отметить, что больший процент гостей выпадает на женский контингент, интересы которого направлены больше на событийно культурную часть отдыха, нежели на оздоровление или спортивные активности.

Учитывая все вышеизложенные факты, можно заметить то, что активные формы досуга ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо», развиты на высоком уровне, а что касается культурно-событийных форм досуга, то их потенциал необходимо больше раскрывать и развивать.

ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ НА БАЗЕ ООО «ЦВТ АБРАУ-ДЮРСО» ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ

3.1 Проект мероприятий по внедрению инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Проведенный анализ показал необходимость совершенствования системы досуговой деятельности на территории курорта. Но, необходимо отметить, что целесообразно использовать комплексный подход в целях более полного охвата всех проблемных моментов.

Аттрактивность курорта состоит из объектов показа и развлечений. Ряд авторов воспринимает аттракцию как систему развлечений и мероприятий, направленных на формирование позитивных ощущений от путешествия. Другими словами, под аттракцией понимается формирование привлекательности туристского продукта.

Несмотря на то, что Центр Винного Туризма занимает почетное место среди туристских предприятий индустрии Краснодарского края, и обладает своим неповторимым фирменным стилем, уникальными яркими проектами и услугами, их необходимо каждый год совершенствовать и модернизировать.

Такое совершенствование необходимо в первую очередь для того, чтоб удерживать лидирующие позиции на рынке и иметь преимущество над конкурентами.

Проведенное анкетирование гостей Центра Винного Туризма показало, что большинство туристов интересуются и предпочитают событийно-культурные мероприятия во время своего времяпровождения.

На рисунке 12 представлен проект мероприятий, по внедрению инновационных форм досуга в деятельность ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо».



Рисунок 12 – Комплекс инновационных культурно-досуговых мероприятий, рекомендованных к внедрению в ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Одним из таких направлений может стать проведение модных трендовых событийных мероприятий.

На сегодняшний день Мир моды занимает восходящие позиции среди всех видов досуга. Многие люди готовы путешествовать по всему миру, ради яркого и фантастического шоу, чтобы насладиться прекрасным искусством.

Мода часто означает стиль, гламур и успех. Это тоже большой бизнес. Трудно удержаться от соблазна купить какую-то фирменную одежду в нашем современном мире. Каждый день мы проходим мимо красочных витрин, мы видим множество объявлений повсюду: на автобусах, рекламных щитах, телевизорах и в журналах.

Сегодня модные показы превращаются в феерические действия. Активно используются современные достижения в науке и технике при организации показа. Сложно продумывается дизайн площадок, привлекаются актеры, музыканты и художники, для создания идейной атмосферы. Сами же

показы проводятся в пространстве отелей, аэропортов, ресторанов, кафе, крупных торговых центрах и так далее.

Таким образом, для организации модного показа привлекаются другие виды искусства такие как, архитектура, музыка, прикладное искусство, эстрада и так далее, что является одним из признаков искусства постмодернизма — синтетичность. Этот же признак не дает отнести модный показ ни к одному из выделенных видов искусств, делая его самостоятельным. В этом проявляется сходство модного показа с кинематографом и эстрадным искусством.[21]

Дефиле – это не просто красочные шоу, на которые известные бренды тратят миллионы долларов, нанимая режиссеров, постановщиков и декораторов. Это еще и важный стратегический шаг в продвижении продукции, и конечно, возможность для компании громко заявить о себе.

Бренд «Абрау-Дюрсо» славится не только игристыми, тихими винами, прекрасной выпечкой, вкусными сырами и сувенирами. Помимо этого, в 2020 году дизайнерами была создана капсульная коллекция одежды с логотипом бренда. Были созданы худи, футболки, кепки, дождевики и шопперы с яркими принтами и забавными слоганами.

Капсульная коллекция пришлась по вкусу многим модникам и была распродана в первые дни. В связи с этим имеется целесообразность развивать данное направление.

Каждый год можно устраивать на территории Центра Винного Туризма шоу-показ мод в Конгресс-центре, в котором будут принимать участие молодые и талантливые дизайнеры со всех уголков страны. Для дизайнеров это не только шанс продемонстрировать свои работы, но и возможность выиграть возможность стать одним из дизайнеров-разработчиков новой фирменной коллекции вещей от Абрау-Дюрсо.

Инфоповодом для такого мероприятия может стать День рождения шампанского – 4 августа. Назвать данный показ можно «ADVINESTYLEDAY».

По срокам проведения, мероприятие можно отнести к долгосрочным. В ноябре дать старт проекта, объявить о нем через официальные социальные сети и источники СМИ.

Реклама событийного мероприятия будет проводиться посредством официальных страниц курорта в социальных сетях Vkontakte [29] и Instagram [28], а также будет добавлена информация на официальный сайт <https://visitabrau.ru/> и внесена в приложение «АбраuDurso».

Данная идея внесет красок и современности в жизнь Центра Винного Туризма, привлечет новых гостей на курорт и даст возможность постоянным гостям насладиться новым видом досуга.

Вопрос о тенденциях и перспективах развития мира моды в современных условиях конкуренции на рынке модной одежды представляется остро дискуссионным. При этом взаимоотношения между потребителями и производителями все больше зависят от маркетинговых инструментов, которые использует та, или иная компания, действующая на рынке модной одежды. Это актуализирует вопросы формирования и реализации эффективных инструментов маркетинга, соответствующих веяниям моды в рамках мировых тенденций.[23]

На модный показ можно будет пригласить модного эксперта Эвелину Хромченко, которая будет в жюри мероприятия, оценивать работы дизайнеров и давать рекомендации. На следующий день после показа можно сделать закрытый вечер с Эвелиной Хромченко в ресторане «Империял», где гости могут обсудить все тренды и тенденции мира моды с известным экспертом моды.

Данная акция вызовет большой спрос среди гостей, так как на территории курорта подобные мероприятия не проводились.

Основная цель модного показа – увеличить туристскую привлекательность Центра Винного Туризма, разнообразить список событийных мероприятий, внедрить инновационный метод повышения аттрактивности курорта.

Так же хочется отметить интересную идею о проведении творческих вечеров, по выходным дням в АбрауДюрсо. Совсем недавно, 21 мая 2021 года, на территории Центра Винного Туризма открылось новое творческое пространство – «Художественная галерея Абрау-Дюрсо». Здесь жители и гости курорта могут увидеть лучшие произведения выпускников «Строгановки», представленные различными видами, жанрами и направлениями искусства. Это не только живопись и скульптура, но и декоративное искусство. Планируется, что экспозиции будут обновляться один раз в два месяца.

Раз в неделю можно проводить творческий вечер, посвященный определенной картине из выставки. Название вечера – это название обсуждаемого экспоната или тематики выставки. Молодые художники, писатели, поэты и просто любители творчества могут собираться в художественной галерее и по принципу «свободный микрофон» могут общаться друг с другом, делиться своими работами, узнавать что-то новое и просто находить людей со схожими интересами.

Для того, чтобы мероприятие проходило более интересно и курорт имел возможность получать прибыль, можно пригласить официантов и устроить небольшой фуршет. Так как художественная галерея расположена в соседнем здании от отеля «Империял», можно не беспокоиться о кухонных принадлежностях и сотрудниках.

В качестве меню для небольшого фуршета можно предложить игристые напитки, канапе, сырные и фруктовые нарезки.

В экскурсионном отделе Центра Винного Туризма расположена Галерея света – Медиа АртАбрау.

«Галерея света Абрау» – это один из немногих центров, представляющих самые передовые из ныне существующих видов искусств. Здесь можно увидеть аудиовизуальные инсталляции, погружающие посетителей в настоящую вселенную медиа-искусства, наполненную необычными эмоциями и переживанием нового опыта. Это не просто

творческая галерея, а целое путешествие в мир искусства будущего, где соединены видео, звук, свет и даже танец. Здесь можно слушать, смотреть, взаимодействовать, создавать, играть, путешествовать по другим мирам.

В качестве интересного предложения, на базе галереи света можно проводить виртуальное путешествие по всем известным музеям Мира. Каждый месяц – новый музей. С помощью интерактивного оборудования и аудио сопровождения, гости смогут окунуться в атмосферу искусства и инноваций.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят разнообразить сферу досуга и развлечений ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» и вывести её на более высокий, инновационный уровень.

Рассмотрим производственно-экономические аспекты внедрения данных мероприятий и оценим их эффективность в следующем параграфе.

3.2 Производственно-экономические аспекты внедрения мероприятий и оценка их эффективности

Проведенный анализ показал необходимость внедрения новых инновационных форм досуга для повышения аттрактивности Центра Винного Туризма Абрау-Дюрсо.

Среди всех предложенных мероприятий, наиболее трудоемким в разработке будет проведение недели моды «A-DVINESTYLEDAY».

По срокам проведения, мероприятие можно отнести к долгосрочным. В ноябре дать старт проекта, объявить о нем через официальные социальные сети и источники СМИ.

Отборочный тур будет длиться до 1 мая, в это время дизайнеры модельеры подают на электронную почту Центра Винного Туризма свои заявки, к заявке прикрепляют информацию о своей коллекции, список всех компонентов, материалы, эскизы и фото коллекции. Количество предоставляемых образов – 5.

После проведения отборочного тура, 1 июня, организаторы выбирают 6 дизайнеров с самыми интересными и необычными работами. С ними связываются и отправляют приглашения в Абрау-Дюрсо.

Затраты на питание, проживание, дизайнеры берут на себя. В качестве бонуса, Центр Винного Туризма предоставляет корпоративную скидку на проживание в размере 20% и скидку на экскурсионное и ресторанное обслуживание в размере 10%.

Голосование можно проводить двумя этапами: первый этап – оценка жюри, а второй – общенародное голосование во всех социальных сетях курорта.

Данная идея внесет красок и современности в жизнь Центра Винного Туризма, привлечет новых гостей на курорт и даст возможность постоянным гостям насладиться новым видом досуга.

Каждый участник, прошедший отборочный тур, получит гарантированные призы и рекламу во всех социальных сетях Центра Винного Туризма, а так же советы и рекомендации от приглашенного эксперта – Эвелины Хромченко.

Менеджер Эвелины Хромченко сообщила, что подобное предложение будет интересным для Эвелины и она вполне согласится на сотрудничество при условии бесплатного проживания и пользования всеми услугами Центра Винного Туризма, с доплатой в размере 100 000 рублей, при условии активной рекламы и продвижения через свои социальные сети.

На следующий день после показа можно будет провести закрытый ужин в ресторане «Империял» с участием Эвелины, в ходе которого гости обсуждают модные тенденции за бокалом фирменного игристого от Абрау-Дюрсо.

Организацией модного показа и ужина будет заниматься команда event-отдела ЦВТ. Зачастую, в роли ведущего мероприятий выступают сотрудники Центра Винного Туризма из event отдела, поэтому на модном показе можно поступить так же.

Что касается работы диджея, который будет отвечать за атмосферу мероприятия, можно пригласить диджея из Новороссийска DVJ QUAKE. По стоимости данная коллаборация составит 5 000 руб. в час. Так как мероприятие будет длиться около 2 часов, с диджеем лучше договорится на 3 часовое сотрудничество и выделить на это 15 000 рублей.

Фото и видеосъемку мероприятия будет вести штатный сотрудник ЦВТ, в обязанности которого входит данная работа, поэтому данные затраты нет необходимости просчитывать.

Касаемо затрат на модели, можно устроить интересный вариант с TFP сотрудничеством. TFP - это взаимовыгодное, некоммерческое сотрудничество фотографа и модели, совместное творчество для пополнения портфолио и реализации новых идей. В Новороссийске более 10 модельных агентств, которые регулярно набирают молодых моделей и проводят обучение для них с нуля. Поэтому очень часто такие агентства соглашаются сотрудничать на взаимовыгодных условиях.

Призы для участников предоставят, приглашенные спонсоры, поэтому часть мест при продаже билетов необходимо предоставить спонсорам и руководителям.

Мероприятие будет проводится в Конгресс-холле Абрау-Дюрсо, который оборудован всеми необходимыми элементами для проведения мероприятий подобного содержания. Рассчитан зал на рассадку 400 персон.

Хотелось бы отметить то, что наиболее практичным вариантом при продаже и заказе билетов будет продвижение их через официальное приложение «Абрау-Дюрсо», это снизит затраты на типографию и будет более доступным и современным вариантом для гостей.

Что касается закрытого ужина в ресторане «Империал», то ресторан подразумевает посадку 20 человек и целесообразным будет провести ужин по принципу: блюда из меню и плата за вход, которая будет вписана в итоговый чек.

Затраты на проведение недели моды отражены в таблице 8.

Таблица 8 – Затраты на проведение недели моды на базе ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»

Наименование услуги	Затраты на внедрение, руб.
Приглашение Эвелины Хромченко	100 000
Услуги диджея	15 000
Флористика мероприятий	30 000
Транспортные расходы на приглашение моделей	5 000
Закупка плечиков и стенов для одежды	10 000
Затраты на декор	15 000
Затраты на типографию	20 000
Итого:	195 000

Что касается проведения творческих вечеров в художественной галерее, то приглашать можно до 20 персон, с учетом вместимости помещения, и для аперитива, который входит в стоимость билета можно предложить игристые вина из линейки VictorDravigny и в роли закусок предложить фруктовую нарезку с сезонными фруктами и сырную тарелку с молодыми сырами фирменного производства. Искусствоведа, который будет проводить данные мероприятия можно пригласить из арт галереи «Prima-Юг», расположенной в Новороссийске. Затраты на проведение художественных вечеров отражены в таблице 9.

Таблица 9 – Затраты на проведение художественных вечеров

Наименование услуги	Затраты на внедрение, руб.
Проведение мероприятия сотрудником арт галереи	1 500
игристые вина из линейки VictorDravigny(на группу из 20 человек – 6 бутылок)	4 800
Сырныезауски (5 наборов)	4 500
Фруктовые нарезки	3 000
Итого:	13 800

Таким образом, проведение одного художественного вечера выйдет в стоимость 13 800 руб.

Для виртуального путешествие по всем известным музеям Мира, необходимо приобрести программную запись интересующего музея для

воспроизведения в Галерее Света Медиа АртАбрау. Сотрудники сайта МосПано.ру предлагают свои услуги по стоимости – 10 000 руб. за один виртуальный музей. Поэтому для создания такой виртуальной экскурсии достаточно будет приобрести несколько виртуальных музеев, которые сотрудники айти службы Центра Винного Туризма установят для воспроизводства в виртуальном пространстве.

В таблице 10 приведен календарный план проектируемых мероприятий.

Таблица 10 – Календарный план мероприятий по внедрению инновационных форм досуга на базе ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»

№	Мероприятие	Этапы проведения	Ответственное лицо
1Проведение недели моды «A-DVINESTYLEDAY».			
1.1	Объявление о конкурсе для дизайнеров через социальные сети	3-й квартал 2021 года	Сотрудники event отдела
1.2	Обработка заявок от дизайнеров	1-й квартал 2022 года	Сотрудники event отдела
1.3	Приглашение модного эксперта на мероприятие, обсуждение всех деталей сотрудничества	1-й квартал 2022 года	Руководительevent отдела
1.4	Заказ и покупка всех необходимых материалов для проведения мероприятия	2-й квартал 2022 года	Сотрудники event отдела
1.5	Заключение договора с модельнымиагенствами	2-й квартал 2022 года	Сотрудники event отдела
1.6	Проведение рекламной кампании	2-3-й кварталы 2022 года	Сотрудники event отдела
1.7	Онлайн продажа билетов, бронирование мест в ресторане	3-й квартал 2022 года	Сотрудники event отдела
1.8	Проведение мероприятий	3-й квартал 2022 года	Руководитель event отдела
2. Проведение художественных вечеров			
2.1	Заключение договора с сотрудниками творческой галереи для проведения еженедельных вечеров	3-й квартал 2021 года	Руководитель event отдела
2.2	Рекламная кампания	3-4-й кварталы 2021 года	Сотрудники event отдела
2.3	Продажа и ведение бронирования на мероприятие	4-й квартал 2021 года, 1-й квартал 2022 года	Сотрудники event отдела

Таблица 10 – продолжение

3. Виртуальное путешествие по всем известным музеям Мира			
3.1	Закупка программного обеспечения	3-й квартал 2021 года	Руководитель айти службы
3.2	Установка виртуального музея	3-й квартал 2021 года	Сотрудники айти отдела
3.3	Рекламная компания	3-й квартал 2021 года	Сотрудники event отдела

Рассмотрим основные затраты и оценим эффективность предложенных мероприятий.

Теперь необходимо рассчитать стоимость билетов на каждое из предложенных мероприятий.

Проведение недели моды «A-DVINESTYLEDAY» включает в себя два мероприятия: модный показ в конгресс холле и ужин с Эвелиной Хромченко.

Конгресс-холл вмещает в себя около 400 посадочных мест. Необходимо учесть тот фактор, что 10% мест мы оставляем не на продажу, так как они будут предназначены для руководства и спонсоров мероприятия. Поэтому на продажу мы выставим 300 билетов.

На проведение мероприятия организация тратит 195 000 рублей. Себестоимость билета это $195\ 000:300=650$ р. Для получения прибыли мы добавим 30% к данной сумме, получится 845р. И, стоит помнить, о НДС в размере 20%, то есть стоимость билета, с учетом округления составит 1100р с человека. За мероприятие организация получит 330 000 руб. дохода.

Что касается закрытого ужина в ресторане «Империал», то стоимость билета можно посчитать исходя из затрат на приглашение Эвелины –

$((100\ 000:20)+30\%)+20\%=7800$ руб. плюс оплата блюд, заказанных по меню. За такой ужин можно получить 156 000руб дохода.

Проведение одного художественного вечера рассчитываем по такому же принципу: $(13\ 800:20)+30\%)+20\%=1076,5$, если округлить, то стоимость можно сделать 1100 р.

Общая выручка за мероприятие составит 22 000 руб. Планируется проводить такие вечера раз в неделю в течение 5 месяцев

(ноябрь, декабрь, январь, февраль, март) так как в это время самый низкий поток туристов. Таким образом, за год необходимо будет провести 20 таких мероприятий, с общей прибылью в размере 440 000 рублей.

Виртуальное путешествие по всем известным музеям Мира будет проводиться ежедневно, как дополнительная экскурсия в галерею света Медиа АртАбрау. Можно будет сделать определенное расписание, к примеру, что виртуальная экскурсия будет ежедневно в 13:00 и в 19:00, а стоимость можно сделать такую же, как и на простое посещение галереи - 500руб. за персону. Учитывая то, что затраты на покупку видеогuida составляют 10 000 руб., если 20 человек посетят экскурсию, то эти затраты уже окупятся.

Прибыль от проведения мероприятия = доход – расходы.

Прибыль по первому мероприятию: $330\ 000 - 195\ 000 = 135\ 000 (+156\ 000 \text{руб. за ужин с Эвелиной Хромченко})$.

Что касается прибыли с проведения художественных вечеров, то $22\ 000 - 13\ 800 = 8\ 200$ руб. с одного мероприятия. За 20 таких мероприятий прибыль будет в размере 164 000 руб.

Сроки окупаемости равны отношению стартовых вложений к чистому доходу, полученному от внедрения данных мероприятий. Расчеты показали, что затраты на все предлагаемые мероприятия окупятся в течение одного сезона.

Можно сделать выводы, что внедрение предложенных мероприятий успешно отразится на экономической эффективности деятельности исследуемого предприятия, а также повысят общий уровень аттрактивности курортного региона «Абрау-Дюро».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе, выполненной на тему: «Внедрение инновационных форм досуга и развлечений как фактор повышения attractiveness курорта» цель достигнута и выполнены поставленные задачи:

1. Изучено место и роль досуга и развлечений в системе attractiveness курортных территорий;
2. Проведена оценка туристской attractiveness курортной территории – поселок Абрау-Дюрсо;
3. Проанализирована деятельность ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по организации досуга и развлечений гостей курорта;
4. Разработан проект мероприятий по внедрению инновационных форм досуга и развлечений в деятельность ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо»;
5. Обоснована эффективность проектных мероприятий и проведена оценка их влияния на attractiveness курорта.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Формирование привлекательности туристского продукта непосредственно зависит от attractiveness рекреационных ресурсов курорта, подразумевающую под собой привлекательность курортного региона с точки зрения наличия достопримечательностей, инфраструктуры, материально-технической базы, а также развитой системы досуга и развлечений. Чем больше уровень развития указанных факторов, тем выше привлекательность курорта для туристов, что в свою очередь влияет на туристские потоки курорта, обеспечивающие высокий уровень прибыли предприятий туризма и гостеприимства региона. Сфера досуга и развлечений занимает в структуре attractiveness факторов одно из ведущих мест, влияющих на востребованность и популярность курорта для туристов.

2. Курортный поселок «Абрау-Дюрсо» является, на сегодняшний день, активно развивающимся регионом, имеющим собственный бренд и стиль, собственную развитую инфраструктуру и материально-техническую базу. Анализ показал, что данный регион располагает высоким рекреационным потенциалом и, в целом, очень привлекательным регионом для туристов. Однако, сравнительный анализ аттрактивности факторов рекреационной среды региона «Абрау-Дюрсо» показал, что необходимо обратить внимание на развитие сферы досуга и развлечений, а также использование инновационных технологий в деятельности предприятий региона. Инновации помогут разнообразить ассортимент мероприятий и форм досуга во время отдыха, сделают курортную территорию еще более привлекательной.

3. В результате анализа деятельности ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо» по организации досуга и развлечений гостей курорта, было выявлено то, что курорт обладает всеми необходимыми ресурсами и широким ассортиментом предлагаемых услуг для туристов. Анкетирование гостей курорта показало, что основным контингентом туристов являются люди с уровнем доходов «выше среднего», предпочитающие культурно-познавательный досуг, организованный в инновационных формах с применением новых информационных технологий, а также проявили заинтересованность уникальными формами досуга высокого класса обслуживания. Также было отмечено, что большинство гостей довольны разнообразием активных форм досуга, но были бы не против, чтобы курорт развивался в событийно-культурном направлении, так как большая часть туристов представляет собой женский контингент, которому культурная часть досуга представляется гораздо интереснее, чем другие активности.

4. Для повышения аттрактивности курорта был предложен ряд мероприятий, в которые вошли: проведение недели моды «ADVINESTYLEDAY», проведение художественных вечеров и внедрение цикла виртуальных путешествий по всем известным музеям Мира. Данные мероприятия позволят не только разнообразить формы и виды досуга и

развлечений, но и станут дополнительным источником прибыли для исследуемого предприятия.

5. При расчете затрат и прибыли из предложенных мероприятий, было выявлено, что все предложенные мероприятия быстрокупаемые и прибыльные для организации. ООО «ЦВТ «Абрау-Дюрсо» получит порядка 500000 дополнительной прибыли. Затраты окупятся в течение одного сезона. Кроме того, внедрение данных мероприятий положительно скажется на общей атрактивности курортного региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 214 с.
2. 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, 2019. – 35с.
3. Андреева А.Ю. Новые технологии интенсивного развития туристической индустрии. -М.: ЮРГУ, 2019. -С. 15.
4. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 383 с.
5. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 310 с.
6. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 293 с.
7. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.
8. Гатаулина С.Ю. Туризм как объект научного исследования / В сборнике: Наука сегодня сборник научных трудов по материалам VII международной научно-практической конференции: в 4 частях. Научный центр «Диспут». 2019. С. 37-39.

9. Гатауллина С.Ю., Топчий А.В. О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности в регионе//Интернет-журнал «Науковедение», 2018 №4 (23)

10. Губа, Д. В. Лечебно-оздоровительный туризм : курорты и сервис : учебник / Д. В. Губа, Ю. С. Воронов. – Москва : Спорт, 2020. – 240 с.

11. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб.пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

12. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. Организация туризма/под ред. Н. И. Кабушкина. Мн.: Новое знание, 2019. 632 с.

13. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 392 с.

14. Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма : учебное пособие / А. Я. Котанс. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 384 с.

15. Лысакова, Л. А. Tourismus. Туризм : учебное пособие / Л. А. Лысакова, Е. М. Карпова, Е. Н. Лесная. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 145 с.

16. Маргиева Н.Т., Сфера туризма в России: состояние и перспективы развития / Экономика и предпринимательство. 2020. № 10-1 (63-1). С. 141-145.

17. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 176 с.

18. Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / В.М. Пищулов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 284 с.

19. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 210 с.
20. Ревинский И.А., Романова Л. С. Поведение фирмы на рынке услуг: Туризм и путешествия: Учеб.пособие. Новосибирск, 2018.- 67 с.
21. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. Д. Сущинская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 157 с.
22. Швец И.Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. — Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2018. -364 с.
23. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 120 с.
24. Swarbrooke J. The Development and Management of Visitor Attractions. Butterworth-Heinemann, 2017 -77 с.
25. Чернуха Д.С. Инновации и туризм: зарубежный опыт / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях . 2018. [Электронный источник] / URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 24.05.2021г.)
26. «Центр туризма Абрау-Дюрсо» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://visitabrau.ru/> - (30.05.2021)
27. ООО «Центр Винного Туризма Абрау-Дюрсо» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/2073310> - (12.05.2021)
28. Центр туризма Абрау-Дюрсо @visitabrau [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.instagram.com/visitabrau/> - (16.05.2021)
29. Центр туризма Абрау-Дюрсо [Электронный ресурс] – Режим доступа : Центр туризма Абрау-Дюрсо | ВКонтакте (vk.com) – (20.05.2021)

30. «Абрау-Дюрсо» планирует открыть объекты гостеприимства в Краснодарском крае [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://tass.ru/ekonomika/6544749?keepThis=true&TB_iframe=true&height=500&width=1100&caption=ТАСС – (14.05.2021)

31. «Центр туризма Абрау-Дюрсо» и «Интурист» объединят усилия по развитию внутреннего туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://yugtimes.com/news/46384/> - (16.05.2021)

32. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://www.studmed.ru/sorokina-av-organizaciya-obslyzhivaniya-v-gostinichah-i-turistskih-kompleksah_69b1d08e745.html - (23.04.2021)

33. Туризм как социально-культурное явление [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/turizm-kak-sotsialno-kulturnoe-yavlenie> - (22.04.2021)

34. Туризм как специфический вид досуговой деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2047 – (21.04.2021)

35. Понятие, содержание и функции досуга: историко-социологический аспект [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2031- (21.04.2021).

Приложение А (справочное)

Фотография архитектурного облика здания отеля «Империял»



ПРИЛОЖЕНИЕ Б (обязательное)

Образец анкеты для опроса гостей ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»**1. Вы приехали в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»**

- Из дальнего зарубежья
- Из ближнего зарубежья
- Из РФ

2. Цель Вашего визита в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»

- Культурный отдых и туризм
- Работа, командировка
- Активный отдых

3. Следите ли вы за новинками курорта?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

4. Вы приезжаете в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»

- В первый раз
- Уже несколько раз
- Регулярно на протяжении нескольких месяцев
- Регулярно на протяжении нескольких лет

5. Вы считаете уровень активностей и формы досуга на территории ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»

- Низким
- Приемлемым
- Высоким

6. Вы предпочитаете досуговую деятельность:

- Культурно-событийную
- Спортивно активную
- Оздоровительную
- Затрудняюсь ответить

7. Вы приехали в ООО «ЦВТ Абрау-Дюрсо»:

- Один
- С семьёй
- С коллегами по работе
- С компанией друзей

8. Ваш пол:

- Мужской
- Женский