

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И  
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ  
ТЕМАТИЧЕСКОГО МЕРОПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по специальности 43.03.02 Туризм  
очной формы обучения, группы 09001534  
Фелиз Терреро Эмилька Лорена

Научный руководитель  
ст. преподаватель  
Яковенко О.В.

БЕЛГОРОД 2019

## Аннотация

Выпускная квалификационная работа представляет собой разработку и финансовое обоснование проекта тематического мероприятия «Танцы в доминиканском ритме» в Доминиканской республике.

Целью реализации данного проекта является популяризация региона, сохранение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества, разработка дополнительных элементов бренда, получение прибыли.

Сроки реализации проекта: 2019-2023 годы.

Проект может рассматриваться в качестве составляющей маркетинговой стратегии по формированию дополнительных элементов имиджа региона для привлечения инвестиций.

Показатели эффективности проекта мероприятия «Танцы в доминиканском ритме»:

- 1) инвестиционные затраты- 5589850 руб.;
- 2) объем выручки в первый год – 6600000 руб.;
- 2) ставка дисконтирования - 22%;
- 3) NPV - 1657402 руб.;
- 4) IRR - 33,46%;
- 5) PI - 1,296;
- 6) PBP (срок окупаемости) - 3 года.

## Содержание

Введение.....	3
1. Описание бизнеса.....	5
2. Анализ отрасли и локального рынка.....	14
3. Организация производства и управление мероприятием.....	25
4. Маркетинговый план.....	35
5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий.....	44
Заключение.....	53
Список использованных источников.....	56
Приложения.....	60

## Введение

Мероприятия в туристской сфере являются наиболее распространённым и популярным видом деятельности. Стоит отметить, что конкретное мероприятие может являться как отдельным средством привлечения туристов в регион, так и частью либо дополнением туристской программы.

С учетом стремительно растущих потребностей туристов, совершенствованием технологий и ростом конкуренции на рынке туристических услуг, турфирмы не могут полагаться только на существующие продукты и предложения, что мотивирует организации разрабатывать новые, уникальные предложения, которые способны заинтересовать и привлечь потребителя.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что мероприятие «Танцы в доминиканском ритме» направлено на сохранение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества, а также формирование туристского образа и представления о Доминиканской республике на мировом рынке туристских услуг.

Мероприятия подобной направленности имеют непосредственное влияние на формирование у людей конкретных представлений о месте проведения мероприятия и о стране, культуру которой оно иллюстрирует. Грамотная организация и, в дальнейшем, проведение мероприятия, позволяет сформировать туристский образ и привлечь туристов в данную страну.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка проекта организации и проведения мероприятия «Танцы в доминиканском ритме», для формирования интереса к Республике Доминикана, а также продвижения культурных традиций республики на мировом туристском рынке.

Для достижения поставленной в выпускной квалификационной работе цели решались следующие задачи:

- изучить теоретические основы организации мероприятий данной направленности;
- провести анализ рынка, с целью изучения подобных предложений;

- рассмотреть практику организации мероприятий на региональном и международном рынках;
- разработать проект организации и проведения мероприятия, рекомендации по его продвижению.

Объект исследования – проект мероприятия «Танцы в доминиканском ритме».

Предмет исследования – технология организации и проведения тематических мероприятий в национальном стиле.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как...

Источниками информации послужили учебные пособия, периодические издания, научные публикации, статистические данные, электронные ресурсы, ресурсы сети Интернет.

В ходе написания и исследования предмета выпускной квалификационной работы были использованы следующие методы исследования: методы эмпирического (наблюдение), теоретического (анализ, синтез, обработка литературных источников, аналогия, формализация) характеров исследования, сбор первичной и вторичной информации, сравнительный метод, структуризация, систематизация, информационный анализ.

Практическая значимость исследования заключается в разработке проекта организации и проведения мероприятия, с учетом потребностей туристов к ярким, красочным видам досуга, расчетом стоимости и конкретными средствами продвижения.

Структура работы соответствует поставленным целям и задачам исследования и состоит из введения, пяти основных разделов, списка использованных источников и приложений.

## 1. Описание бизнеса

Тема проекта: «Танцы в доминиканском ритме».

Проект разработан студенткой кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса института экономики и управления НИУ «БелГУ», Фелиз Терреро Эмилька Лорена.

Юридический, фактический адрес: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

Основная цель проекта: организация и проведение тематического мероприятия на территории Доминиканской республики с участием представителей местного населения и приезжающих туристов.

Праздник – это неотъемлемая часть любой народной культуры, это не только дни отдыха, но и итог какого-то периода, цикла, этапа жизнедеятельности людей [1, с. 53].

Праздники существовали во все времена, и несут эмоциональную нагрузку, обеспечивая, при этом, передачу традиций поколений, сближение людей, на основе духовных, эстетических и творческих интересов.

Значение праздников.

1. Обеспечение широких возможностей общения, является одним из видов духовного творчества людей.

2. Означает такую организацию досуга, которая основывается не только на восприятии, но и на активном действии.

Массовые праздники – это комплекс культурных и художественных мероприятий, для него характерна масштабность действия, характерен для больших залов, площадей и т.д.

Задачи проекта:

– создание тематического мероприятия, отражающего культуру и самобытность представляемого региона;

– проведение маркетинговой и рекламной компании по продвижению данного мероприятия на региональном, российском и мировом туристическом рынках.

Сроки реализации проекта: 2019-2023 годы.

Продукт проекта – тематическое мероприятия, ориентированное на разные категории населения.

Проект «Танцы в доминиканском ритме» направлен на развитие и продвижение туристского бренда региона путем создания дополнительных элементов привлечения туристов в регион.

Гипотеза: формирование турпродукта поспособствует созданию, расширению туристской инфраструктуры в регионе, сохранению традиций, характерных для региона, повысит социальную активность населения за счет вовлечения в туристскую деятельность.

Проект может рассматриваться в качестве составляющей маркетинговой стратегии по формированию дополнительных элементов имиджа региона для привлечения инвестиций.

Команда мероприятия имеет в своем штате руководителя-координатора, представителей пресс-центра, материально-технического отдела, отдел по работе с партнерами и творческую группу. Общая численность штата – 52 человека. Все сотрудники работают неполный рабочий день. Сотрудники являются представителями различных сфер: туризма, общественности, искусства, средств массовой информации, финансов, деловых интересов и т.д.

Доминиканская республика по праву считается жемчужиной Карибского побережья. Туристские услуги высокого качества, различные по тематике и направлениям туристские маршруты ориентированы на удовлетворение потребностей разных категорий туристов.

Доминиканская республика имеет богатый природно-ресурсный потенциал. Выгодное географическое положение для развития туризма, богатый культурно-исторический, а также природно-рекреационный потенциал.

Большая протяженность береговой линии с белоснежными песчаными пляжами и прозрачной водой у побережья, карстовые пещеры с загадочными рисунками индейцев, разнообразная тропическая растительность, несомнен-

но, привлекают иностранных туристов в эту страну. Подводный мир, богатый видовым составом рыб, животных и растений, привлекателен для любителей дайвинга. Негативной стороной солнечного карибского климата являются ураганы (обычно они формируются в сентябре-ноябре).

Также страна обладает богатым культурно-историческим потенциалом, который сформировался большей частью благодаря ее колониальному прошлому. Памятники культуры и истории Доминиканской республики отличаются своим разнообразием и уникальностью по сравнению с другими странами Карибского, что дает возможности развитию экскурсионно-познавательного туризма[2, с. 321].

Доминиканская культура веками формировалась под влиянием самых разных народов. В 1492 году Христофор Колумб открыл её всему миру, после чего землю населили испанские и французские колонисты. Доминикана была первой испанской колонией в Новом Свете. Многие традиции переняты от индейских племён Таино, которые давно прекратили своё существование.

Инфраструктурные ресурсы Доминиканы развиваются за счет иностранного капитала. В стране представлены гостиницы известных мировых цепочек с высокими стандартами и отличным уровнем сервиса. Все это способствует развитию туризма в стране.

Событийный туризм является одним из факторов социально-экономического развития Доминиканской республики. Поэтому реализация проекта тематического мероприятия «Танцы в доминиканском ритме» является актуальным и популярным средством повышения узнаваемости региона.

В качестве места проведения мероприятия был выбран город Санто-Доминго – столица Доминиканской республики. Выбор обоснован тем, что мероприятие планируется проводить в конце сезона, а выбор столицы в качестве места проведения, позволит сгладить данный фактор.

Организация любого мероприятия предполагает наличие определенных этапов, каждый из которых состоит из конкретных элементов и задач, выполнение которых в итоге приводит к его реализации (рис. 1.1).



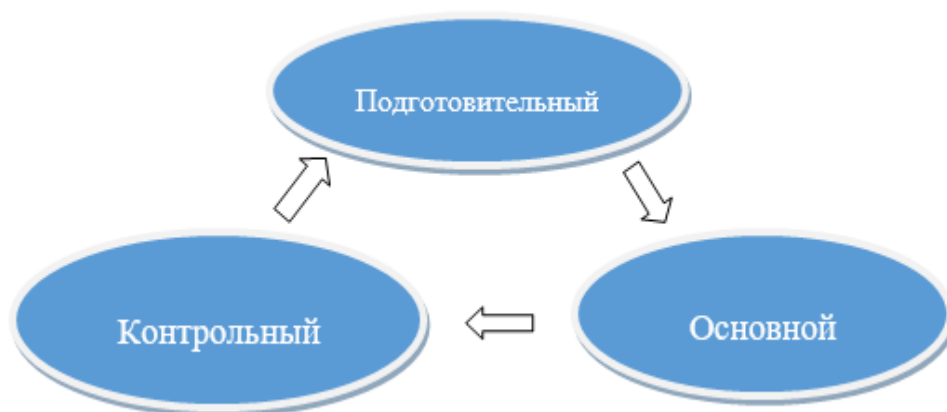


Рис. 1.1. Этапы организации мероприятия

Планируется, что подготовка мероприятия будет занимать два месяца, первый месяц – подготовительный, будет направлен на решение организационных вопросов, второй месяц будет отведен репетициям, подготовке и оборудованию территории. Каждый год место проведения мероприятия планируется менять.

В соответствии с моделью, разработанной Дж. Голдблаттом, жизненный цикл мероприятия имеет следующий вид (рис. 1.2).

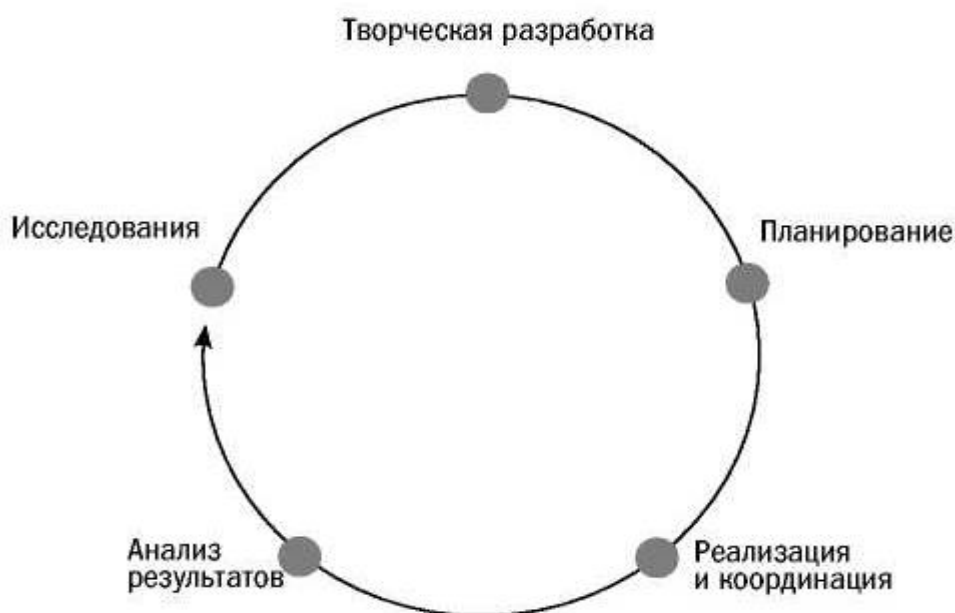


Рис. 1.2. Жизненный цикл мероприятия по Голдблатту

Целевая аудитория проекта – туристы, местное население.

Организаторами и партнерами проекта станут:

- Министерство туризма Доминиканской республики;
- НИУ «БелГУ», как организация-разработчик;
- Федеральное агентство по туризму;
- местные представители малого предпринимательства;
- международные туроператоры («CoralTravel», «TUI», «TezTour» и т.д.);
- региональные СМИ;
- органы административной власти Санто-Доминго и т.д.

Для привлечения максимально возможного числа участников, местных и национальных деятелей искусства, органов финансирования, спонсоров и аудитории, работа мероприятия будет сосредоточена на 3-х основных аспектах:

- ежегодная программа общественных событий, происходящих во время мероприятия, а также развитие проектов в другое время года;
- различные местные программы во время мероприятия, а также программы создания и поддержания событий в течение года;
- проведение творческой политики организации мероприятия[3, с. 32].

Определены 3 этапа реализации проекта «Танцы в доминиканском ритме»:

1 этап – аналитический: поиск форм реализации проекта. Разработка программы экспериментального исследования, уточнение параметров мониторинга, направленных на определение потребностей туриста.

2 этап – практический: разработка программы мероприятия, определение основных параметров, направленных на достижение поставленных целей.

3 этап – итогово-обобщающий: подведение итогов реализации проекта, анализ эффективности работы, определение перспектив.

Необходимые мероприятия:

- разработка концепции мероприятия;
- разработка и написание сценария;
- организация работы творческих площадок;
- организация работы выставочных и демонстрационных площадок;
- обеспечение материально-технического обеспечения;
- формирование имиджа мероприятия;
- организация и проведение рекламной кампании[15, с. 75].

В основе концепции лежит идея возрождения и развития традиций доминиканского народа, воплощенного в национальных танцах. Постичь культуру любого народа во время туристической поездки очень сложно, особенно если специально не задаваться этой целью.

Культура Доминиканы, как причудливая мозаика, складывается из множества элементов: ментальности местных жителей, традиционных верований, музыки и танцев, живописи, архитектуры, литературы, национальной кухни, аутентичных народных промыслов.

Доминиканские традиции неотделимы от национальных песен и танцев. Они будут сопровождать любого туриста на всем протяжении его пребывания.

Визитной карточкой Доминиканской Республики является музыкальный стиль «меренге» – динамичный, ритмичный и экспрессивный. Неким противовесом ему служит другой музыкальный стиль – бачата. Немного меньше, чем национальные музыкальные стили, доминиканцы любят и прочие латиноамериканские мелодии: румбу, самбу, ламбаду, сальсу и другие[4, с. 132].

Мероприятие представляет собой комплекс мини-мероприятий, проходящих в течение дня, отдельные элементы которого, а именно танцы, будут оцениваться жюри.

При подготовке и проведении мероприятий, нужно помнить, что существуют определенные требования, которые необходимо соблюдать, чтобы достичь поставленных целей.

1. Мероприятие не самоцель, а средство воспитания, оно должно создавать цельность настроения, вызывать переживания, направленные на формирование определенных установок.

2. Следует стремиться к вовлечению в действие широкого круга участников, чтобы каждый мог быть активен, проявить свои знания, способности и дарования. Идеальный вариант, когда все присутствующие могут принять участие.

3. Мероприятие не должно быть перегружено и затянуто. Принцип: «игра должна закончиться чуть раньше, чем она надоест».

4. Мероприятие должно быть захватывающим, что зависит от форм подачи материала, активности участников. Чем красочнее и ярче подаваемый материал, тем сильнее будет его влияние на эмоциональную атмосферу.

5. При подготовке массовых мероприятий необходимо учитывать возрастные и психологические особенности участников [17].

Также необходимо:

– выбрать оптимальный материал, учитывающий цели, методы и приемы конкретного мероприятия;

– обеспечить четкое следование каждого этапа мероприятия;

– продумать интересные, необычные элементы;

– обеспечить разнообразие форм проведения мероприятия;

– выстроить взаимосвязь этапов [24, с. 103].

Данное мероприятие реализует следующие возможности:

– создание и представление культурных организаций и сотрудничества;

– возможность для деятелей искусств и художественных коллективов найти поддержку в их стремлении показать себя на площадках мероприятия, которое одновременно является местным и международным;

– это возможность обеспечить большую культурную активность местной аудитории, а также гостей посредством привлечения большего числа последних в Доминикане в то время, когда будет возможность разместить их с наибольшим комфортом и в лучшее время года при наилучших погодных

условиях;

–высококачественные международные, национальные и местные производства, выставки, представления;

– общение, образование, события.

Важной организационной составляющей является разработка положения (Приложение 1).

Перед разработкой Положения о проведении мероприятия необходимо предварительно обратить особое внимание на следующие вопросы:

– каковы цель и уровень планируемого мероприятия (статус, масштаб, состав участников);

– кто проводит данное мероприятие (организации, участвующие в проведении);

– возможные условия проведения (место проведения, материальное и финансовое обеспечение, жюри, бытовые условия пребывания участников, подъезды к месту проведения)[30, с. 183].

Положение включает в себя:

1) название (тема) фестиваля, мероприятия;

2) цель и порядок его проведения;

3) сроки и условия проведения;

4) количественный и качественный состав участников, репертуар или задание;

5) критерии оценки результатов;

6) состав жюри;

7) определяются предлагаемые награды победителям;

8) реквизит организаторов для решения организационных вопросов или оказания методической помощи[36].

Перечень мероприятий по реализации проекта:

– разработка Положений о мероприятии;

– формирование бюджета проекта;

–разработка символики мероприятия;

- рекламно-информационное обеспечение мероприятия;
- осуществление мер по проведению мероприятия (подбор участников, написание сценария и т.д.);
- проведение мероприятия.

Прогнозируемый результат:

- создание банка данных возможных спонсоров и партнеров;
- создание нового туристского продукта в сфере событийного туризма;
- достижение положительной динамики турпотоков;
- реализация потенциала местных производственных предприятий;
- создание новых предложений комбинированных туров;
- рост доходной базы от реализации платных услуг;
- создание благоприятных условий для развития малого предпринимательства, новых рабочих мест.

## 2. Анализ отрасли и локального рынка

Мировой финансовый кризис, который приводит к наращиванию политической и экономической борьбы среди сильнейших стран мира, а также реальной смене тех самых лидеров вынуждает фирмы искать новые формы предложения товаров и услуг, активно представлять услуги на новых территориях. По совокупности многих факторов Доминиканскую Республику можно считать той самой площадкой для продвижения своего бизнеса, в виду достаточно позитивных отношений с Российской Федерацией.

Доминиканская Республика – страна в восточной и центральной части острова Гаити, занимает 2/3 его площади. Историческое название –Испаньола. Столица – Санто-Доминго. Ближайшее соседнее государство – Республика Гаити. Общая площадь территории – 48000 кв. км., численность населения – 9,8 млн человек (Рис. 2.1)[18].

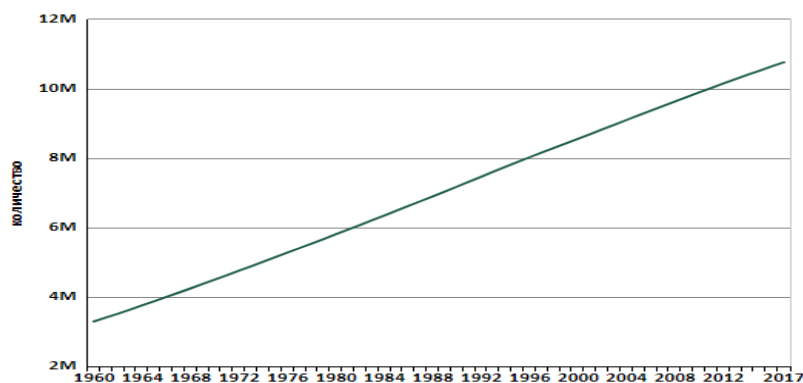


Рис. 2.1. Численность населения Доминиканской республики

В таблице 2.1 представлены данные, более подробно раскрывающие информацию о населении республики.

Таблица 2.1

### Сведения о населении Республики Доминикана

Наименование	Показатель
Темп прироста населения	1,1%
Отношение занятых к численности населения	63%
Доля городского населения	80,3%
Плотность населения	222,9 чел. на кв. км.
Доля населения в возрасте от 15 до 64 лет	63,7%

Средняя зарплата в Доминикане составляет 250\$-300\$. В стране процветает безработица. Тем не менее, существует деление на классы согласно социальному статусу. К богатой, привилегированной элите относят большинство испанцев.

Коэффициент естественного прироста составляет 1,6% (коэффициент рождаемости 22‰, коэффициент смертности 6‰).

В стране отмечается высокая продолжительность жизни, как у мужчин, так и у женщин: 72 года у представителей сильного пола, 76 лет – у слабого пола. На основе этих данных можно сделать вывод о том, что Доминикана находится на III стадии демографического перехода с «переходным» типом воспроизводства населения [4, с. 143].

Что касается доли городского населения, то тут стоит сказать, что уровень урбанизации в Доминиканской Республике достаточно велик, а именно 69.8%. По данным рейтинга TheUnitedNationsDepartmentofEconomicandSocialAffairs 2016 года, по доле городского населения Доминикана расположилась на 61 месте.

В составе страны – 28 провинций (Azua, Baoruco, Barahona, Dajabon, Duarte, EliasPina, ElSeibo, Espaiallat, HatoMayor, Independencia, LaAltagracia, LaRomana, LaVega, MariaTrinidadSanchez, MonsenorNouel, MonteCristi, MontePlata, Pedernales, Peravia, PuertoPlata, Salcedo, Samana, SanchezRamirez, SanCristobal, SanPedrodeMacoris, Santiago, SantiagoRodriguez, ValverdeMao) и 1 национальный округ[50].

Доминиканская республика располагает около 1600 км морского берега и омывается волнами Атлантического океана на севере и Карибского моря на юге. На востоке проходит Канал де ла Мона, на западе граничит с Гаити. Это страна рекордов: самый древний город Америки Санто-Доминго, самая высокая гора в Карибском бассейне – пик Дуарте (3,087 м. над уровнем моря), самое низкое и длинное озеро в мире с соленой водой, в котором обитают крокодилы – озеро Энрикио (42 м. ниже уровня моря, 265 кв. м.), самая длинная река – Яке дел Норте (296 км.).



Официальный язык: испанский. На границе с Гаити – французский. В горных районах говорят по-английски. Местное население, которое занято в туристическом бизнесе говорит на английском, немецком, итальянском.

В стране официально принимается только национальная валюта. Принимаются все основные кредитные карточки.

Основными туристско-рекреационными регионами республики являются Санто-Доминго, Юго-Запад, Юго-Восток, Северо-Запад, Северо-Восток (рис.2.2).



Рис. 2.2. Основные туристские центры Доминиканской республики

Развитость транспортной инфраструктуры представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

### Транспортная инфраструктура

Наименование	Протяженность, км
Автомобильные дороги:	19705
– с твердым покрытием	9872
– без покрытия	9833
Железные дороги	178

Количество доминиканских международных аэропортов составляет 35. Международные аэропорты: Пунта-Кана, Эль-Катей, Ла-Романа, Лас-Америкас, Балакьер, Барахона, Сантьяго, Пуэрто-Плата, АройоБэрил и другие.

Большинство рейсов пришлось на долю аэропорта Пунта-Каны, 52,74% всех воздушных перевозок. Аэропорт Санто-Доминго на втором месте по количеству прибывших – 27,57%, далее следуют Сантьяго – 10,26%, Пуэрто-Плата – 6,69%, Ла-Романа – 1,59% и Самана – 0,97% [49].

В 2017 году процентное соотношение туристов, посетивших страну путем воздушного транспорта распределилось следующим образом (Рис. 2.3).



Рис. 2.3. Соотношение туристов, посетивших Доминиканскую Республику

По данным Министерства Туризма Доминиканской Республики, на конец 2017 года в стране насчитывается 737 отелей, 75 030 номеров.

Достопримечательности Доминиканы – это зажигательные ритмы меренги, бездонное небо над головой, грохот одного из самых красивых водопадов в мире Эль-Лимона, пронзительные крики попугаев, а также бескрайние пляжи, манящие забыть обо всех музеях на свете и просто нежиться под ласковым солнышком этой удивительной карибской страны.

Туристическая Организация Карибского бассейна (СТО) представила данные статистики за прошлый год. Доминиканская республика стала лидером региона в туристической области, приняв 6.188 млн туристов в прошлом

году (Рис. 2.4).

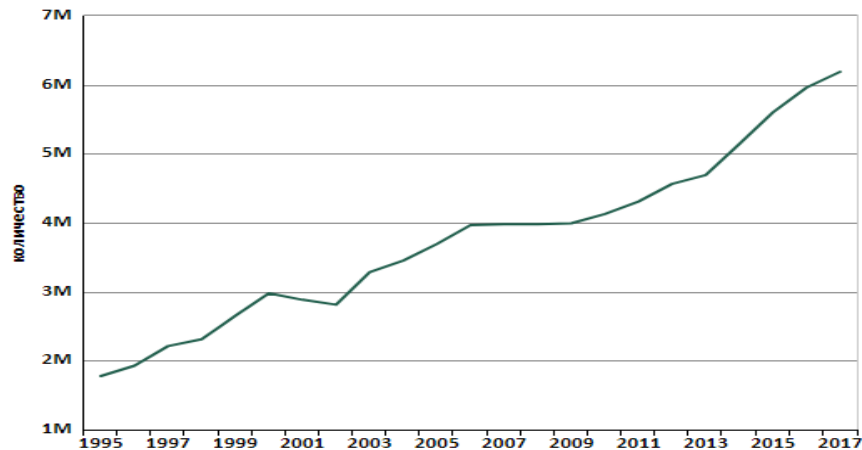


Рис. 2.4. Количество прибывших в Республику Доминикана

Доминиканская республика стала лидером региона, далеко обогнав Кубу, которую в прошлом году посетили 3 млн туристов, что позволило Острову Свободы занять второе место.

Как пишет *CaribbeanJournal*, Доминикана показала рост туристического потока на 9.6%, а рост турпотока в летний сезон составил 11.7% [48].

Главным туристическим рынком страны остаётся США. В прошлом году Доминикану посетили 1.78 млн жителей США.ru.

Карибский бассейн – один из самых популярных туристических регионов мира, но кроме того, один из самых проанализированных: благодаря доступности статистических данных, был составлен новый индекс Качества туризма, согласно которому лучшей туристической страной стала Доминиканская республика.

Новый индекс, составленный на основе рейтингов и отчётов опытных туристов, опубликованных в соцсетях, скомбинирован с данными статистики, в которую включены не только отели, достопримечательности, развлечения, кухня, культура, шопинг, но и криминальная обстановка и даже доступность перелёта. В результате были названы 5 лучших стран в сфере туризма и 5 лучших направлений, пишет *eturbonews*.

Лучшей страной региона по уровню качества турпродукта стала Доминиканская республика, следом идёт Пуэрто-Рико, Куба, Ямайка, Багамы.

Лучшими направлениями с наиболее качественным туристическим продуктом признаны: Турк и Кайкос, Барбадос, Тринидад и Тобаго, Мартиника, Ангилья.

По данным Российского союза туриндустрии Доминиканская Республика продолжает оставаться наиболее предпочтительным направлением на Карибах для российских туристов, показав самые высокие темпы роста в регионе за первую четверть 2017 года.

Доминикана представила пятую по величине динамику на российском рынке, оказавшись в почетном списке сразу после Вьетнама, Туниса и Мальдивских островов. Согласно данным Центрального банка Доминиканской Республики за первые пять месяцев текущего года 69 537 туристов из России посетили Доминикану, что почти на 53 процента больше аналогичного показателя 2015 года. Таким образом, Россия попала в список десяти самых значимых стран по количеству прибытий в Доминикану.

Основным мотивом приезжающих в Доминикану с января по август 2017 г. был отдых (94%). При этом почти 92% приезжающих останавливались в отелях страны.

Из каждых 100 туристов, прибывших в Доминикану за рассматриваемый период времени, 55,6% – люди в возрасте от 21 до 49 лет. Гендерный состав туристов поделен поровну: 50% составляют женщины, 50% – мужчины[18].

Средняя продолжительность пребывания туристов в стране за указанный период 2017 г. составила 8,4 суток со среднесуточными расходами в 130,7 долл.

По статистике за первые пять месяцев текущего года Россия занимает третье место в европейском регионе, уступив по турпотоку только Франции и Германии. Как и раньше, излюбленным местом отдыха для россиян остается Пунта-Кана, регион, расположенный на восточном побережье страны. Перелет осуществляется прямыми рейсами авиакомпаний Трансаэро и Аэрофлот, а также можно воспользоваться регулярными рейсами европейских авиали-

ний, со стыковкой в городах Европы.

Стоит отметить рост поступлений от международного туризма (Рис. 2.5).

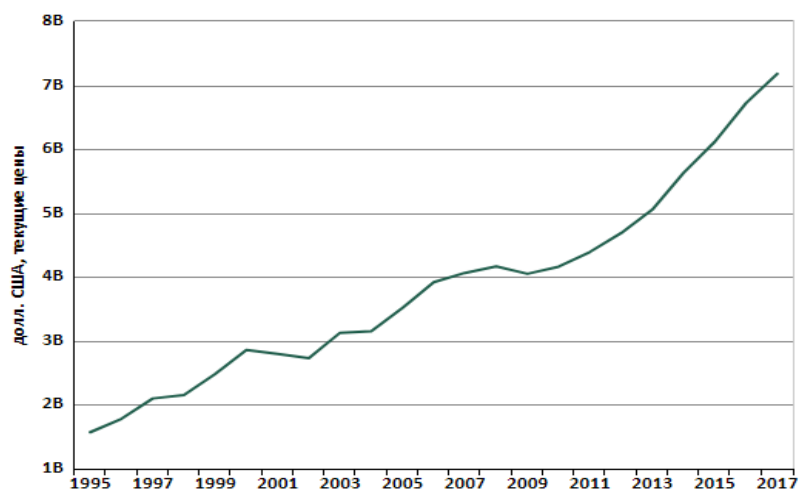


Рис. 2.5. Величина поступлений от международного туризма

Доминиканы на протяжении долгого периода являются главным туристским центром Карибского бассейна. Свободный демократический строй, хороший экономический потенциал, большие туристические возможности, природные богатства с каждым годом привлекают все большее количество туристов. Развитию национального сектора туризма способствуют относительная географическая близость к регионам, поставляющим туристов в страну (Америка и Европа), возможность прямых беспересадочных перелетов из России и других стран мира.

Для большинства россиян Доминикана всё ещё далёкая экзотическая страна, которая с каждым годом привлекает всё больше число российских туристов. Демократичная безвизовая для граждан России страна в год принимает и обслуживает более 4 млн туристов со всего мира (при 10 млн населения). Число туристов из России, посетивших Доминиканскую Республику, растёт самыми быстрыми темпами среди иностранных туристов из других стран мира.

Российские авиакомпании круглогодично и ежедневно совершают регулярные и чартерные рейсы в три из семи международных аэропортов рес-

публики.

В Доминиканской Республике работает много специалистов, получивших высшее образование в России и Советском Союзе, они объединены в ассоциацию выпускников российских и советских вузов. Здесь постоянно проживает и работает немало россиян, которые хотят быть и здесь полезными России.

Несмотря на нахождение в зоне стратегических интересов США, страна давно и уверенно проводит независимую внешнюю политику, имеет большое политическое влияние в регионе, развивает национальную промышленность, образование и культуру. Ввиду экономической, политической и общественной стабильности, она имеет большой авторитет в Латинской Америке, что доказывает рост государственных расходов в сферу туризма (Табл. 2.3).

Таблица 2.3

Государственные расходы в сферу туризма, млрд. единиц нац. валюты

Год	2013	2014	2015	2016	2017
Значение	5,4	5,9	6,4	6,9	7,6
Изменение, %	3,85	10,20	8,51	8,03	9,83

Стоит отметить заинтересованность государства в развитии сферы туризма и гостеприимства в Республике.

Что касается доходов от туризма, в 2017 году они составили 7, 178 млрд. долл. США, что на 5% больше, чем в 2014 году (5,630 млрд. долл. США), что составляет 13% в общем размере ВВП (Рис. 2.6)[18].

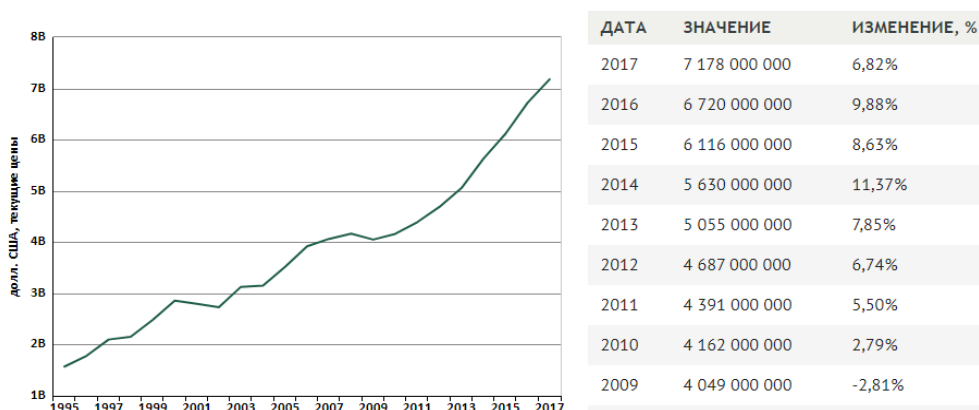


Рис. 2.6. Доходы от международного туризма в текущих ценах, долл. США

Страна стремится к расширению экономических и культурных связей с Россией, в прошлом году по приглашению Правительства Российской Федерации состоялся первый официальный визит в Россию Министра иностранных дел Доминиканской Республики Карлоса Моралеса Тронкосо.

Страна заинтересована в развитии экономических связей с Российской Федерацией, потенциально готова стать для России стратегическим коммерческим партнером в этом регионе мира, надежным и долгосрочным.

Доминикана как перспективное направление среди предложений российских туристических фирм представлено достаточно давно. Предлагаются купально-пляжные, экскурсионно-познавательные, свадебные туры, ориентированные на потребителя с высоким уровнем дохода.

Данное направление становится все более популярным на российском рынке, что отмечено и растущим предложением туров в эту страну. Туристско-рекреационные районы Доминиканской республики представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4

## Туристско-рекреационные районы Доминиканской Республики

Район	Приоритетные виды туризма	Основные центры туризма
Санто-Доминго и окрестности	Экскурсионно-познавательный	Санто-Доминго
	Фестивальный	
Юго-Запад	Экскурсионно-познавательный	Бани, Сан-Кристоваль
	Пляжный	Сан-Рафаэле, Бани, Нахайо
	Водный	Плайя-Паленке
	Экологический	Сан-Кристоваль, Харагуа, Кабритос
Юго-Восток	Купально-пляжный	Бока-Чика, Баваро и Макао, Каталина
	Экологический	Саона
	Событийный	Бока-Чика
	Паломнический	Игей
Северо-Запад	Спортивный	Кабарете, Плайя-Дорада
	Гастрономический	Пуэрто-Плата, Монте-Кристи
	Экскурсионно-познавательный	Ла-Вега
Северо-Восток	Купально-пляжный	Самана
	Спелеологический	Бока-дель-Диабло
	Водный	Лас-Терренас

Сводная информация по мероприятиям и фестивалям в Доминиканской Республике представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5

### Мероприятия и фестивали Доминиканской Республики

Название	Описание
День Санто-Доминго	Каждый год 4 августа столица Доминиканы – Санто-Доминго преобразуется к национальному празднику – Дню независимости. Повсюду работают ярмарки, концерты и фестивали, по нарядным улицам проходят народные гулянья.
Фестиваль Меренге	Карнавал, приуроченный к Дню независимости, 11–17 августа. Именно поэтому карнавал стал предметом национальной гордости и имеет уже национально-патриотический характер.
Эпифания (День Королей-магов)	6 января, это греческое название праздника Крещения Господня или Богоявления. У православных Святой День наступает 19 января, а католики празднуют Крещение 6 января.

В Доминиканской Республике 12 официальных государственных праздников. Самыми важными являются Пасха и Рождество, их зачастую празднуют несколько дней и обязательно в семейном кругу. Равноценное по значимости событие года - Карнавал. Его проводят по всей стране с февраля по начало марта каждое воскресенье [42].

С середины января по март можно наблюдать невероятное зрелище - в залив Самана заплывают горбатые киты, их можно увидеть, если отправиться на экскурсию на лодке.

В июне проводится фестиваль морепродуктов или манго, в июле - фестивали меренге и джаза, а также культовый фестиваль рома.

С середины октября до конца января - сезон чемпионата Доминиканской бейсбольной лиги.

Стоит отметить, что Доминиканская республика – страна с самым низким уровнем преступности, что является неоспоримым плюсом для развития туризма в регионе.

В таблице 2.5 представлен анализ сильных и слабых сторон, угроз и возможностей развития туризма в Доминиканской Республике.



## SWOT-анализ

<p><b>Сильные стороны:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Доминиканская республика географически расположена в тропиках с жарким тропическим климатом, богатым животным и растительным миром;</li> <li>– Доминикана – островное государство, омываемое теплым океаном и морями, что позволило развивать пляжные виды отдыха;</li> <li>– вокруг острова расположились живописные коралловые рифы – возможность для развития дайвинга;</li> <li>– есть карстовые формы рельефа – пещеры;</li> <li>– испанский – официальный язык, на нем говорят во многих странах;</li> <li>– высококатегорийные отели, практически все являются клубными, работающими по системе «все включено»</li> </ul>	<p><b>Слабые стороны:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– в сентябре-ноябре период ураганов, несущих опасность для жизни людей;</li> <li>– наличие коралловых рифов вдоль побережья затрудняет судоходство;</li> <li>– индустрия развлечений сконцентрирована на базе отелей;</li> <li>– не из всех регионов есть прямые рейсы в Доминикану;</li> <li>– турпродукт региона представлен в основном купально-пляжными турами.</li> </ul>
<p><b>Возможности:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка новых комбинированных туров;</li> <li>– привлечение новых внутренних и международных инвестиций</li> </ul>	<p><b>Угрозы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие природных катаклизмов – частые тропические ураганы, возможны цунами;</li> <li>– сейсмическая активность зоны;</li> <li>– наличие более известных конкурентов</li> </ul>

Можно говорить о наличии в республике богатого природно-ресурсного потенциала для развития сферы туризма и гостеприимства. Об этом говорит выгодное географическое положение региона, богатый природно-рекреационный, культурно-исторический потенциалы.

Достаточно большая протяженность береговой линии с белоснежными песчаными пляжами и прозрачной у побережья водой, карстовые пещеры с отметинами древних народов, разнообразие животного и растительного мира привлекают все большее количество туристов в страну.

### **3. Организация производства и управление мероприятием**

В рамках проекта предусматривается разработка тематического мероприятия с целью его дальнейшего проведения на территории Доминиканской республики. С учетом выявленных предпочтений потребителя, современных тенденций рынка, актуальных направлений в структуре тематических мероприятий, предлагается спроектировать и организовать мероприятие на территории Доминиканской республики.

Главным учредителем, занимающимся организацией, координацией, финансированием данного мероприятия может стать Министерство туризма Доминиканской республики.

Планируемое мероприятие носит название «Танцы в доминиканском ритме», что подчеркивает особенности культуры и нравов местного населения, отличающегося яркостью и красочностью танцев, событий, карнавалов.

Целью тематического мероприятия является повышение привлекательности бренда Доминиканской республики.

Результатом его проведения станут разработка дополнительных элементов привлекательности региона, позиционирующие его как доброжелательный, гостеприимный регион, отличающийся красочностью и буйством нравов и красок.

Мероприятие будет носить зрелищный характер, культурное содержание, по способу реализации – запланированное, носящее сезонный характер, со свободным доступом.

В качестве потенциальных потребителей выделяются преимущественно молодые люди, различного возраста и положения, путешествующие в Доминиканскую республику, а также местные жители с различным уровнем дохода.

Предположительной датой проведения данного мероприятия станет май, это позволит продлить туристский сезон в регион тем самым повысить его привлекательность для туристов со всего мира за счет выгоды приоб-

ретенция путевки за более низкую цену, т.к. стандартно высокий сезон в Доминиканской республике продолжается с ноября по апрель.

На территории, служащей площадкой для проведения фестиваля будет размещены стенды, в том числе интерактивный, с подробным планом местности.

Календарный план работ по подготовке мероприятия представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1

## Календарный план подготовки мероприятия

Этапы	1 месяц				2 месяц				Затраты, тыс. руб.
	Недели								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Формирование творческой группы, составление плана работы	■	■							-
Определение масштабов мероприятия, поиск партнеров	■	■							-
Согласование с контролирующими органами, администрацией	■	■							-
Создание сценария		■							-
Подбор команды волонтеров			■	■					-
Подготовка атрибутов, реквизита				■	■	■			-
Отбор участников				■	■				-
Составление сметы проведения мероприятия			■						-
Приобретение необходимых материалов						■			120000
Определение места и времени проведения						■			-
Решение организационных вопросов					■	■	■		-
Подготовка декораций, оформления				■	■	■	■	■	335000
Репетиции, корректировки сценария							■	■	-
Приобретение оборудования					■	■			2821500
Рекламные мероприятия					■	■	■	■	237500
Печать и продажа билетов						■	■	■	7000

Как показано в таблице, подготовительный этап несет в себе большую часть инвестиционных затрат. Меньшая часть расходов приходится на основной этап (Табл. 3.2).

Календарный план основного этапа мероприятия

Этапы	Месяц проведения мероприятия		Затраты, тыс. руб.
	1	2	
Оформление территории, установка декораций			-
Установка оборудования			-
Генеральная репетиция			-
Проведение мероприятия			-
Анализ проведенного мероприятия			-
Распространение опыта работы, СМИ			-

Согласно плана, подготовительные работы продлятся два месяца, предшествующих месяцу его проведения.

Для реализации мероприятия будет сформирована команда организаторов, с четким распределением полномочий (Рис. 3.1).

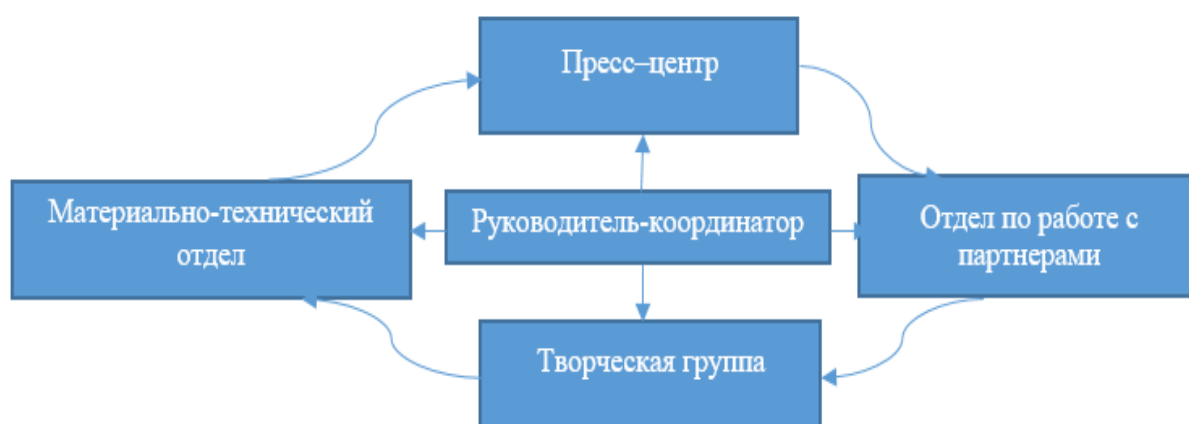


Рис. 3.1. Организационный комитет мероприятия

К полномочиям организационного комитета относится определение нюансов тематики мероприятия, сроков, подачи заявок, отбора участников, составление сценария, организация и проведение комплекса работ по подготовке и проведению мероприятия [47, с. 32].

Функции каждого члена комитета состоят в следующем.

Руководитель-координатор – организует работу коллектива, согласует

работу каждого отдела, имеет непосредственный контакт с администрацией региона и внешними партнерами.

Материально-технический отдел – несет ответственность за техническое обеспечение мероприятия, действия по аренде либо приобретению оборудования, декораций, вывесок и т.д.

Пресс-центр – отдел занимается маркетингом и рекламой мероприятия, работой со СМИ, продвижением в социальных сетях и прочих информационных средствах.

Отдел по работе с партнерами занимается поиском и заключение договоров с организациями-спонсорами.

Творческая группа ответственна за подготовку сценария, отбор участников, проведение репетиций и т.д.[23].

Для реализации проекта необходимо осуществить ряд операций:

- 1) получить разрешения, лицензию, согласования;
- 2) подобрать персонал (Табл. 3.3);

Таблица 3.3

#### Требуемые трудовые ресурсы

Должность	Кол-во	Зароботная плата, 1 чел., руб.	Общий фонд, руб.	Отчисления, руб.
Руководитель-координатор	2	30000	60000	18000
Сотрудник материально-технического отдела	25	22000	550000	165000
Сотрудник отдела по работе с партнерами	4	20000	80000	24000
Сотрудник пресс-центра	6	22000	132000	39600
Сотрудник творческой группы	15	22000	330000	99000
Ведущие мероприятия	2	10000	20000	4000
ИТОГО	52	126000	1172000	349600

3) выбрать и подготовить территорию-место проведения, установить оборудование;

- 4) Приобрести, арендовать необходимое оборудование и материалы;
- 5) организовать участников мероприятия[25, с. 143].

Таким образом, общая сумма средств, необходимых для содержания команды организаторов мероприятия составляет 1521600 руб. В день проведения мероприятия будут задействованы волонтеры, вознаграждением для которых будет являться возможность бесплатного посещения мероприятия.

В качестве города, в котором планируется проведение мероприятия, рекомендуется выбрать столицу – Санта-Доминго. Выбор обоснован тем, что именно этот город сосредоточил в себе множество культурных достопримечательностей, что является значительным средством повышения привлекательности курорта в конце пляжного сезона, также здесь находится аэропорт, что делает посещение данного мероприятия более доступным.

В таблице 3.4 представлен перечень необходимого оборудования, при приобретении которого необходимо уделять особое внимание его качеству, от чего в последствии будет зависеть успех всего мероприятия.

Таблица 3.4

#### Инвестиции в приобретение оборудования для мероприятия

Наименование	Производитель	Кол-во, шт.	Сумма, руб.
Музыкальное оборудование (колонки, усилители, процессор, микрофоны и т.д.)	Samsung	1	800000
Сцена двускатная, 8х6	Stagecraft	1	1321500
Прожекторы и прочее освещение	Samsung	1	700000
ИТОГО			2821500 руб.

Таким образом, единовременные вложения в приобретения оборудования составят 2821500 руб.

Для каждого вида аппаратуры рассчитаны амортизационные отчисления, которые составляют:

- музыкальное оборудование (5 лет) – 160000 руб.;
- сцена (10 лет) – 132150 руб.;
- осветительное оборудование (5 лет) – 140000 руб. соответственно,

ежегодно.

Для каждого мероприятия особую важность играет атмосфера в которой оно проходит, внешний вид декораций, что создает дополнительный эффект от всего происходящего. Планируется приобрести материалы для изготовления декораций в соответствии с выбранной стилистикой (табл. 3.5).

Таблица 3.5

#### Затраты на оформление мероприятия

Статья расходов	Сумма, руб.
Затраты на покупку ткани	40000
Живые цветы	60000
Шары и украшения	10000
Ленты, плакаты, фонарики	80000
Салюты и фейерверки	120000
Прочие расходы	25000
Итого	335000

Для оформления сцены и все территории, на которой будет проходить мероприятие, потребуется 335 тысяч рублей. Все декорации будут выполнены сотрудниками творческой группы проекта заблаговременно, живые цветы будут заранее заказаны у поставщика и доставлены в срок, оптимальный для их оформления.

Не менее важным является поиск надежных партнеров и спонсоров. Для этого будет применен популярный сейчас прием, фандрайзинг – процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных, информационных), которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для данного проекта[26]. Необходимо провести следующие мероприятия:

- выбрать задачи, которые требуют решения, установить временные рамки;
- собрать полную информацию и продумать аргументы в свою пользу;
- проанализировать возможные мотивы потенциальных спонсоров: какие из них можно поощрить;
- подготовить материалы для предоставления спонсорам;

- организовать работу помощников;
- установить порядок контроля за поступлением средств поддержки.

Наиболее эффективным методом фандрайзинга признан индивидуальный, заключающийся в персональном обращении к спонсорам, именно его и будет использовать команда организаторов [16, с. 242].

В таблице 3.6 представлен примерный перечень средств размещения, которые могут быть рекомендованы туристу для проживания.

Таблица 3.6

## Рекомендуемые средства размещения

Наименование	Описание	Услуги
RealInterContinentalSantoDomingo	Отель RealInterContinentalSantoDomingo расположен в центре города Санто-Доминго, в районе Пиантини. Гости могут посетить 3 уникальных ресторана: Market, FactorySteak&Lobster и суши-лаундж NAU. Расстояние до исторической Колониальной зоны составляет 6,5 км, а до аэропорта Лас-Америкас - 29 км.	Wi-Fi, бассейн, бесплатная парковка, трансфер, открытый бассейн, бар, билеты на шоу и мероприятия, экскурсии, прокат авто и велосипедов, оздоровительные услуги.
JW MarriottSantoDomingo	Элегантный отель JW MarriottSantoDomingo полностью оборудован. Гости могут воспользоваться услугами билетной кассы. Предоставляются услуги по приобретению продуктов. Район ЭльсанчеНако находится в 2,5 км от отеля JW MarriottSantoDomingo. До аэропорта Интернасьональ Лас Америкас 30 минут езды.	Бассейн, парковка, фитнес-центр, ресторан, доставка еды в номер, бар, оздоровительные услуги, боулинг, теннисный корт, бизнес-центр, салон красоты и т.д.
Апарт-отель LaFonte	Апарт-отель LaFonte находится всего в 1 км от популярной улицы Эль-Конде в городе Санто-Доминго. Пешая прогулка от резиденции LaFonte до площади Испании займет всего 10 минут. Расстояние до пляжа Плайя-Монтесинос составляет 1,5 км. До международного аэропорта Лас Америкас можно доехать за 20 минут. Расстояние до городского исторического собора составляет	Wi-Fi, трансфер, парковка, оздоровительные услуги, библиотека, экскурсионное бюро и т.д.



	1 км.	
VillaColonial	Отель VillaColonial находится в историческом центре города Санто-Доминго. Пешая прогулка от отеля VillaColonial до морской набережной Малекон и рынка Эль-Конде занимает всего 2 минуты. До пляжа Бока-Чика и международного аэропорта Лас-Америкас можно доехать на автомобиле за 25 минут.	Wi-Fi, бассейн, оздоровительные услуги, трансфер и т.д.

Данные средства размещения выбраны в качестве рекомендуемых в соответствии с рейтингом лучших средств размещения сервиса Booking.com. Необходимо учитывать, что участие в мероприятии направлено не только на туристов, приобретающих пакет услуг и выбирающих его как элемент той самой программы.

Современные тенденции туристского рынка говорят об увеличении числа самодеятельных туристов, поэтому в рекламных материалах целесообразно разместить рекомендации мест размещения, питания, справочных и экскурсионных бюро города и т.п. [13, с. 147].

Мероприятие по плану проводится в один день под открытым небом на заранее подготовленной территории.

План местности, где будет проходить мероприятие, представлен на рисунке 3.2.



3.2. Карта мероприятия «Танцы в доминиканском ритме»

Программа мероприятия представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6

Программа мероприятия «Танцы в доминиканском ритме»

Время	Мероприятия
11:00	Церемония открытия. Выступления местных музыкальных и хореографических коллективов.
12:00	Торжественное шествие стилизованной колонны.
13:00	Ярмарка. Работа фуд-кортов. Мастер-классы по латиноамериканским танцам.
14:30	Интерактивная программа: фотобудки, конкурсы и соревнования, танцевальные батлы, «живые скульптуры»
16:00	Работа выставки народного искусства.
18:00	Розыгрыш призов.
20:00-21:30	Карнавальное шествие. Огненное шоу.
22:00	Праздничный фейерверк. Закрытие мероприятия

Передвижения участников во время фестиваля – свободное.

Вход на мероприятие будет осуществляться по билетам, стоимость которых зависит от выбранного тарифа (табл.3.7).

Таблица 3.7

## Стоимость билетов на мероприятие

Тариф «Стандарт»	Тариф «Все включено»	Тариф «Все включено Премиум»
2500 руб.	5000 руб.	6000 руб.

Тариф «Стандарт» включает в стоимость разрешение на посещение мероприятия без наличия дополнительных бесплатных услуг. Туристы могут свободно перемещаться по территории, принимать участие в мероприятиях, пользоваться услугами компаний-партнеров.

Тариф «Все включено» включает посещение мероприятия, а также бесплатное питание на территории лагеря. Туристам предоставляется специальный купон, который дает право на единоразовое бесплатное пользование любой услугой на территории мероприятия.

Тариф «Все включено Премиум» включает посещение мероприятия, бесплатное питание и напитки.

Территория будет оборудована местами питания, отдыха, точками проведения досуга, игровыми островками, на территории также будут работать аниматоры.

Основные статьи затрат, необходимых для реализации проекта представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8

## Основные статьи затрат

Год	1	2	3	4	5
Статьи затрат:					
Оплата труда	1521600	1534000	1540000	1600000	1680000
Отчисления с ФОТ	349600	306800	308000	320000	336000
Амортизация	432150	432150	432150	432150	432150
Реклама	237500	237500	237500	237500	237500
Электроэнергия	10000	10800	11500	12100	12700
Организационные расходы	120000	135000	145000	160000	175000
Оборудование	2821500	-	-	-	-
Итого	5492350	2656250	2674150	2761750	2873350

Реализация проекта позволит получить следующие результаты:

- удовлетворит интересы потребителей;
- повысит приток денежных средств в регион;
- увеличит экономические показатели региона;
- будет способствовать построению партнерских отношений со сторонними организациями;
- будет сделан вывод о актуальности и рентабельности дальнейшего продвижения данного мероприятия либо внесение определенных корректировок и возможность его видоизменения и преобразования.

#### **4. Маркетинговый план**

Маркетинговый план, рассчитан на пять лет и предусматривает постановку и достижение долгосрочных целей, определяет маркетинговые стратегии и ресурсы, необходимые для решения поставленных задач.

Для начала необходимо выбрать подходящую маркетинговую стратегию.

Маркетинговая стратегия – это форма планирования и осуществления работы, которая максимально учитывает все возможные аспекты, препятствующие реализации воздействия на окружающую среду(рис. 4.1) [45].



Рис. 4.1. Этапы разработки маркетинговой стратегии

Это последовательные действия компании в определенных условиях рынка, которые определяют формы использования маркетинга в получении эффективного результата.

В качестве направляющей маркетинговой стратегии была выбрана наступательная стратегия. Она является активной позицией компании на рынке, ее цель состоит в завоевании и расширении рыночной доли. Так как данное мероприятие только появится на рынке данного региона, то можно считать ее применение оправданным.

Выделяют шесть типов наступательных маркетинговых стратегий:

- стратегии, которые направлены на превосходство или сбалансирование сильных сторон конкурентов;
- стратегии, главной целью которых является использование слабых сторон конкурентов;
- стратегии, в основе которых лежит одновременное наступление сразу по нескольким направлениям (фронтальное наступление);

–стратегии, которые ориентированы на поиск рынков с низкой конкуренцией и создания новых;

–стратегия отвлечения;

–партизанская война[47].

Считаем, что последняя стратегия является наиболее подходящей в виду того, что в этом случае фирма получает небольшое кратковременное преимущество, которое необходимо как можно быстрее использовать для получения собственной выгоды.

Существует несколько способов ведения партизанской войны:

– атака направлена на сегмент рынка, который не представляет сильного интереса для конкурента;

– атака, которая направлена на переманивание покупателей со слабой приверженностью к услугам конкурентов;

– атака на сегменты рынка, которые слишком обширны для противника, и которые тот не в состоянии целиком контролировать;

–использование тактики разового снижения цен;

– тактика резкого всплеска активности, целью которой является поиск и отбор тех покупателей, которые могли бы стать клиентами противника.

Для продвижения данного мероприятия планируется осуществить следующие действия:

– снять красочный рекламный ролик с последующим размещением в популярных социальных сетях: Twitter, Facebook, Instagram;

– размещение информации о мероприятии на тревел-ресурсах;

– распространить информацию о мероприятии через размещение рекламных баннеров на сайтах крупных туроператоров;

- для местного рынка подготовить листовки и рекламу в местных изданиях [46].

Считаем такую рекламу наиболее целесообразной, в виду относительной дешевизны, а также широты охвата аудитории, т.к. социальные сети на данный момент являются самым эффективным методом привлечения потре-

бителя разного возраста и социального статуса.

Для распространения информации о мероприятии непосредственно в регионе его проведения планируется печать рекламных материалов, нельзя уменьшать значимость сарафанного радио.

В таблице 4.1 перечислены основные конкуренты мероприятия.

Таблица 4.1

#### Ранжирование конкурентов мероприятия

Критерий	«Танцы в доминиканском ритме»	«День Санто-Доминго»	«Эпифания»
Местонахождение	10	10	8
Уровень проведения	7	8	7
Уникальность	8	8	8
Стоимость	8	6	9
Массовость	6	7	7
Реклама	7	6	6
Итого	46	45	44

Данные анализа говорят о наличии достаточной конкуренции в плане уровня проведения мероприятий в республике, однако, стоит отметить, что все представленные мероприятия проводятся в разное время, что сглаживает воздействие данного фактора.

Преимуществом планируемого мероприятия станет место проведения (город Санто-Доминго), уникальность предлагаемых развлечений для рынка региона, красочность, массовость, а также относительно невысокая стоимость билетов.

По итогам ранжирования был построен многоугольник конкурентоспособности для наглядного отображения всех плюсов и минусов планируемого мероприятия (рис. 4.2).

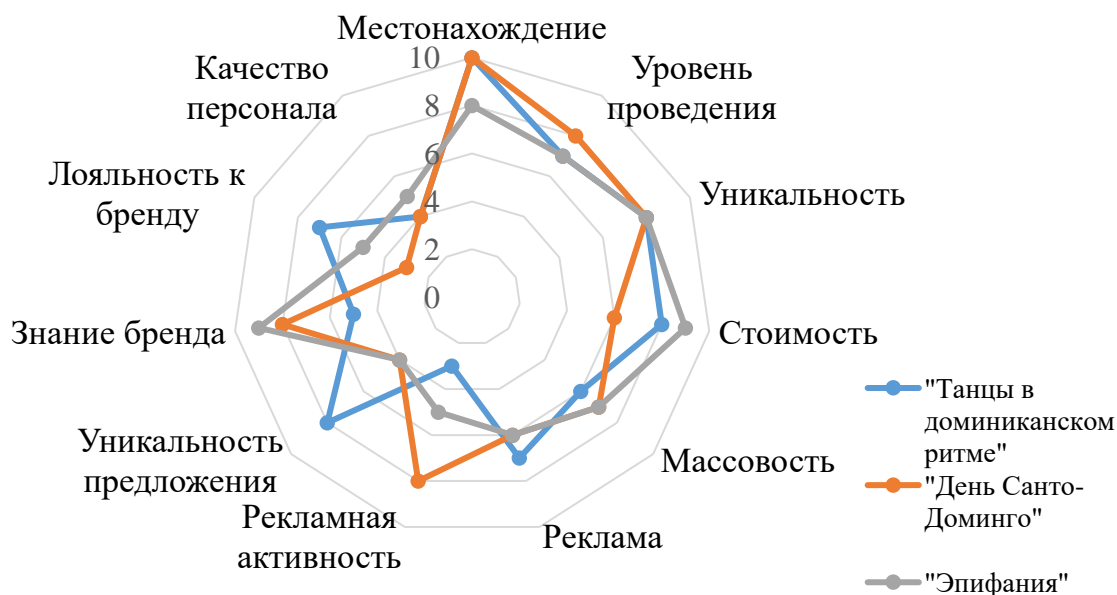


Рис. 4.2. Многоугольник конкурентоспособности

Данные многоугольника конкурентоспособности подтверждают положительные перспективы планируемого мероприятия.

Используя выбранную стратегию, необходимо использовать выявленные преимущества над конкурентами для наиболее эффективного проникновения на рынок, в данном случае это отличное местоположение, уникальность предложения, привлекательная стоимость и хорошая реклама [12].

Потенциальным потребителем можно считать достаточно разнообразную аудиторию отдыхающих в плане возраста и социального статуса, однако особое внимание стоит обратить на лиц молодого возраста, так как эти группы людей чаще всего обращают внимание на мероприятия такого рода.

Говоря о возрастной категории, отметим, что преимущественно это люди в возрастном диапазоне от 18 до 30 лет, отличающиеся достаточным уровнем покупательской способности, предпочитающих не только отдых на море, но и активное, познавательное времяпрепровождение.

Затраты на рекламные мероприятия отражены в таблице 4.2.



## Затраты на рекламу

Мероприятий	Кол-во, шт.	Затраты на одно мероприятие, руб.	Общие затраты, руб.
Съемка ролика	1	120000	120000
Листовки	500	15	7500
Изготовление баннеров	10	5000	50000
Реклама в соц.сетях		60000	60000

Наиболее эффективным считаем проведение активной рекламной кампании в социальных сетях, что позволит охватить мировой рынок. Так как данный вид продвижения отличается целенаправленностью рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения поставленной цели в установленный предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию[14, с. 164.

С целью определения внутренних факторов, влияющих на успех мероприятия, был проведен SWOT-анализ.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды и разделении их на четыре категории:

- Strengths(сильные стороны);
- Weaknesses (слабые стороны);
- Opportunities (возможности);
- Threats (угрозы).

Сильные и слабые стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, возможности и угрозы – внешней, т.е. тем, что может повлиять на объект анализа извне и не может контролироваться данным объектом (табл. 4.3).

## SWOT-анализ

	Возможности:	Угрозы:
--	--------------	---------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение привлекательности региона;</li> <li>- привлечение в регион большего количества туристов;</li> <li>- получение прибыли.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие спроса;</li> <li>- предпочтение туриста отдано более известным мероприятиям региона;</li> <li>- недоброкачественность услуг компаний-партнеров.</li> </ul>
<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие программы стандартам и общемировым требованиям;</li> <li>- международный уровень мероприятия;</li> <li>- тематика, посвященная самобытной культуре региона;</li> <li>- участие лиц, без ограничительных требований.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение турпотока;</li> <li>- сглаживание влияния сезонности предложения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение организационной культуры региона;</li> <li>- модернизация мероприятия;</li> <li>- точное определение действий и доскональная проработка каждого этапа мероприятия.</li> </ul>
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможное влияние сезонности;</li> <li>- зависимость от территории;</li> <li>- отсутствие значительного организационного опыта.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка и проведение новых мероприятий;</li> <li>- привлечение опытных организаторов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- невыполнение намеченных этапов в установленные сроки.</li> </ul>

В структуре маркетинговых мероприятий ценообразование занимает значительное место. Ценообразование – это установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от исходной стоимости, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов.

Определению стоимости товара на услугу предшествуют следующие этапы:

- обнаружение факторов, способных влиять на цену услуги;
- определение цели расчета;
- выбор способа формирования стоимости;
- разработка стратегии, определяющей цену;
- осуществление рыночной корректировки стоимости[28].

Для определения стоимости входных билетов на мероприятие был использован метод полных издержек. Были рассчитаны затраты на проведение мероприятия и полученная сумма была увеличена на планируемую желаемую прибыль.

Для оценки влияния рыночных и потребительских трендов на продажи и прибыльность проекта был проведен PEST-анализ (табл. 4.4).

Весь процесс проведения PEST анализа можно условно разбить на сле-

дующие этапы.

1. Определение факторов, которые могут оказать влияние на продажи и прибыль компании.
2. Сбор информации по динамике и характеру изменения каждого фактора.
3. Анализ значимости и степени влияния каждого фактора.
4. Составление сводной таблицы PEST анализа[29, с. 106].

Таблица 4.4

#### PEST-анализ

	Возможности	Угрозы	Действия
Политические факторы	Ужесточение законодательства в сфере финансового обслуживания - сокращение общего числа мелких предприятий	Ужесточение законов о реализации продукции может привести к сложностям в приобретении продукции и оказании услуг	Заключение партнерских соглашений с проверенными компаниями
Влияние экономики	Увеличение покупательской способности	Нет выявленных	Реализовывать новые проекты с целью получения прибыли
Социокультурные тенденции	Рост удовлетворенности населения за счет отдыха	Влияние сезонности	Проведение мероприятия в конце сезона
Технологические инновации	Спрос на наукоемкий продукт	Возможны проблемы на начальных этапах работы	Тестировать и исправлять ошибки для будущей оптимизации

Давая оценку политическим, экономическим, социально-культурным и технологическим факторам, необходимо учитывать не только их фактическое состояние, но и прогнозировать возможные изменения каждого фактора на несколько лет вперед.

Разработка макета баннера и листовок, рекламирующих мероприятие, является обязанностью творческой группы проекта и будет выглядеть следующим образом (рис. 4.3), также варианты рекламных материалов представлены в приложении 2.



Рис. 4.3. Макет рекламных материалов

Проведенный анализ указывает на большие перспективы проекта. Исходя из результатов была разработана стратегия мероприятия «Танцы в доминиканском ритме».

Мероприятие будет состоять из нескольких блоков (открытие, вступление, основная часть и заключение).

Открытие ознаменует начало праздника. Все участники будут собраны на главной площади, где будет дан старт началу торжества, вся часть занимает 1 час.

Далее туристам предлагается пройти к карнавальному шествию, тем самым преступить к вступительной части. В карнавальной шествии принимают участие местное население, специально приглашенные гости, творческие коллективы, артисты и по желанию сами участники торжества. Дополнительно заранее объявляется конкурс на лучшее декорированное шествие.

Основная часть приходится на вторую половину дня и выражается в более свободной форме отдыха. На данном этапе работает команда анимато-

ров, интерактивные и развлекательные площадки, а также мастер классы по обучению латиноамериканским танцам. Туристы могут свободно перемещаться по территории и пользоваться любыми услугами.

Заключительная часть представляет собой конкурс между танцевальными коллективами, в определении победителя участвует непосредственно зритель, который отправляет смс на номер администратора с названием понравившейся команды танцоров. Мероприятие завершается праздничным салютом и фейерверком.

## **5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий**

Работы по обеспечению финансирования проекта начинаются с плани-

рования этой деятельности и отражаются в финансовом плане проекта.

Оценка эффективности проекта призвана определить, насколько цена приобретаемого актива (размер вложений) соответствует будущим доходам с учетом рисков проекта[5, с. 142].

Срок проекта – 5 лет.

Валюта проекта – рубли.

Единица расчета – тыс. руб.

Налоги проекта:

– налог на прибыль – 20%;

– страховые отчисления с заработной платы работников – 20%.

Составляя проект важно рассмотреть объем продаж на перспективу (5 лет). Данные прогноза представлены в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Прогноз объема продаж

Год	Стоимость билета	Выручка, руб.
2020	2500	2500000
	5000	1000000
	6000	600000
	Итого	4100000
2021	2625	2887500
	5250	1575000
	6300	630000
	Итого	5092500
2022	2750	3025000
	5500	1675000
	6615	661500
	Итого	5361500
2023	2900	3480000
	5800	1560000
	7000	700000
	Итого	5740000
2024	3050	3660000
	6100	1725000
	7350	735000
	Итого	6120000

В случае положительной реализации данного проекта размер выручки будет постоянно расти и к пятому году ее размер увеличится на 2020000 руб-

лей по сравнению с первым годом реализации.

В предыдущих разделах детально были представлены все статьи затрат, необходимых для успешного запуска проекта. В таблице 5.2 представлена общая структура всех затрат по категориям.

Таблица 5.2

Затраты на реализацию проекта в 2020 году

Статья затрат	Сумма, руб.
Оплата труда команды	1871200
Приобретение оборудования	2821500
Амортизация	432150
Расходы по обеспечению работы	10000
Оформление территории	335000
Организационные расходы	120000
Итого	5589850

Структура первоначальных затрат представлена на рисунке 5.1.



Рис. 5.1. Структура первоначальных затрат

В качестве источников финансирования проекта рассматриваются государственные и частные средства, которые предоставляются в качестве поддержки проектной деятельности.

Основными видами производственных затрат являются:

- затраты на электроэнергию в сумме 10000 рублей;
- затраты на приобретение и обслуживание оборудования[6, с. 174].

Осуществление производственных затрат планируется с начала операционной стадии проекта.

Обеспечение необходимым оборудованием планируется посредством закупок в Китае и Европе.

К организационным расходам относятся [7, с. 205]:

- затраты на приобретение призов, сертификатов;
- приобретение материалов для организации работы сотрудников.

В виду ежегодного роста цен на товары и услуги, влияние инфляции, расширения масштабов мероприятия затраты на реализацию проекта также будут меняться (рис. 5.2).

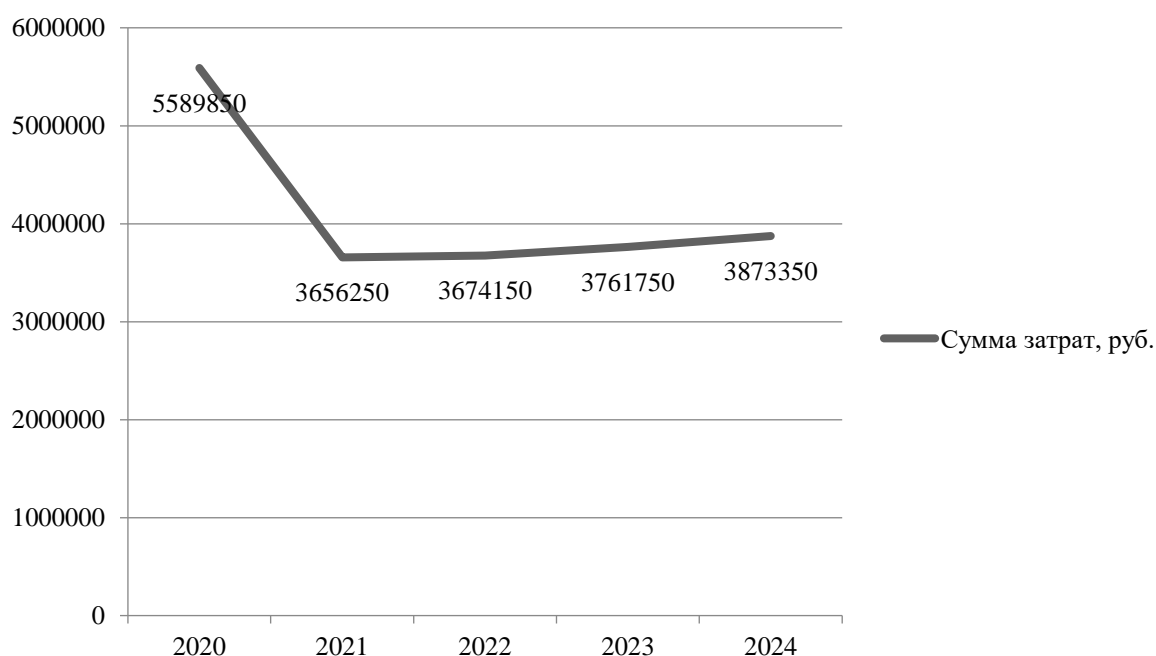


Рис. 5.2. Размер затрат на реализацию проекта с 2020 по 2024 годы

Снижение размера затрат в последующие годы объясняется отсутствием потребности в приобретении оборудования.

К основным показателям эффективности инвестиционного проекта относятся:

- денежный поток (cashflow);
- чистая текущая стоимость проекта (NPV);
- внутренняя норма рентабельности (IRR);
- индекс прибыльности инвестиций (PI);



– срок окупаемости проекта (РВР)[8, с. 228].

Определение cashflow имеет большое значение в оценке эффективности инвестиций, поскольку это базовый критерий, на основе которого рассчитываются другие (например, NPV)[10, с. 328]. С другой стороны, это результирующий показатель с точки зрения бюджетного подхода (табл. 5.3).

Таблица 5.3

Данные для анализа эффективности капитальных вложений

Показатели	Значение показателей по годам				
	1	2	3	4	5
Выручка, руб.	6600000	6645000	6906777	7204500	7500000
Затраты, руб.	5589850	3656250	3674150	3761750	3873350
Амортизация, руб.	432150	432150	432150	432150	432150
Процентная ставка, %	22	22	22	22	22
Себестоимость, руб.	5589850	3656250	3674150	3761750	3873350
Прибыль до налогообложения, руб.	1010150	2988750	3232627	3442750	3626650
Налог на прибыль, руб.	202030	597750	646525	688550	725330
Чистая прибыль, руб.	808120	2391000	2586102	2754200	2901320
Чистые денежные потоки, руб.	1240270	2823150	3018252	3186350	3333470

NPV - это стоимость, получаемая путем дисконтирования отдельно за каждый год разности всех оттоков и притоков денежных средств, накапливающихся за период функционирования проекта.

Экономический смысл чистой текущей стоимости можно представить, как результат, получаемый немедленно после принятия решения об осуществлении данного проекта, т.к. при ее расчете исключается воздействие фактора времени. Положительное значение NPV считается подтверждением целесообразности инвестирования денежных средств в проект, а отрицательное, напротив, свидетельствует о неэффективности их использования[14, с. 185].

Если  $NPV < 0$ , то в случае принятия проекта инвесторы получат убыт-

ки. Если  $NPV = 0$ , то в случае принятия проекта благосостояние инвесторов не изменится, но объемы производства возрастут. Если  $NPV > 0$ , то инвесторы получают прибыль:

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_i}{(1+r)^i} + \frac{CF_n}{(1+r)^n} \quad (5.1)$$

На величину чистой текущей стоимости проекта ( $NPV$ ), безусловно, влияет масштаб деятельности, выраженный в «физических» объемах инвестиций, производства или продаж. Отсюда вытекает естественное ограничение на применение данного метода для сопоставления различных по этой характеристике проектов: большее значение  $NPV$  не всегда будет соответствовать более эффективному варианту капиталовложений.

Таким образом, чистая текущая стоимость данного проекта будет определена следующим образом (табл. 5.4).

Таблица 5.4

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений  
инвестиционного проекта

Год	Начальные инвестиционные затраты (-) и чистые денежные потоки, руб.	Дисконтный множитель при ставке, равной 22%	Современная стоимость, руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, руб.
0	-5589850	1	-5589850	
1	1240270	0,8197	1016615	-4573235
2	2823150	0,6719	1896768	-2676467
3	3018252	0,5507	1662172	-1014295
4	3186350	0,4514	1438315	424020,7
5	3333470	0,3699	1233381	1657402

$NPV = 1657402$  рублей, что говорит о целесообразности реализации данного проекта.

Внутренняя норма рентабельности ( $IRR$ ) - ставка дисконтирования, при которой чистая текущая стоимость проекта ( $NPV$ ) равна нулю, т.е. это та ставка сравнения, при которой сумма дисконтированных притоков денежных средств равна сумме дисконтированных оттоков.

При вычислении  $IRR$  предполагается полная капитализация получае-

мых чистых доходов, т.е. все образующиеся свободные денежные средства должны быть либо реинвестированы, либо направлены на погашение внешней задолженности. Это нижний гарантированный «порог» прибыльности инвестиционных затрат, и если он превышает среднюю стоимость капитала в данном секторе инвестиционной активности, то проект может быть рекомендован к реализации:

$$IRR = r_1 + \frac{NPV_{r_1}}{NPV_{r_1} - NPV_{r_2}} (r_2 - r_1) \quad (5.2)$$

Для расчета внутренней нормы рентабельности найдем NPV с отрицательным значением (табл. 5.5).

Таблица 5.5

Данные для анализа эффективности капитальных вложений  
инвестиционного проекта

Год	Начальные инвестиционные затраты (-) и чистые денежные потоки, руб.	Дисконтный множитель при ставке, равной 34%	Современная стоимость, руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, руб.
0	-5589850	1	-5589850	
1	1240270	0,746269	925574,6	-4664275
2	2823150	0,556917	1572260	-3092015
3	3018252	0,41561	1254415	-1837601
4	3186350	0,310156	988267	-849334
5	3333470	0,23146	771565,1	-77768,7

При 33,46% доход инвестора будет равен нулю. Если внутренняя норма доходности будет выше, то проект можно будет считать убыточным, так как он не будет приносить никакого дохода инвестору.

Отношение отдачи капитала к размеру вложенного капитала. PI показывает относительную прибыльность проекта или дисконтируемую стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на единицу вложений.

Чаще всего PI рассчитывается путем деления чистых приведенных поступлений от проекта на стоимость первоначальных вложений. В этом случае критерий принятия решения такой же, как при принятии решения по показателю NPV, т.е.  $PI > 0$ . Данный критерий - достаточно совершенный инстру-

мент анализа эффективности инвестиций. При этом возможны три варианта:

$PI > 1$  - инвестиции доходны и приемлемы в соответствии с выбранной ставкой дисконтирования;

$PI < 1$  - инвестиции не способны генерировать требуемую ставку отдачи и неприемлемы;

$PI = 1$  - рассматриваемое направление инвестиций в точности удовлетворяет выбранной ставке отдачи, которая равна IRR:

$$PI = \sum_{t=1}^n P_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t} / \sum_{t=1}^n K_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t} \quad (5.3)$$

$$PI = 7247251/5589850 = 1,296.$$

Так как  $PI > 1$ , это свидетельствует о доходности инвестиций.

РВР показывает срок, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, с учетом дисконтирования, покрыли затраты на инвестиции. Этот показатель определяется последовательным расчетом NPV для каждого периода проекта, точка, в которой NPV станет положительным, будет являться точкой окупаемости. Срок окупаемости проекта составляет 3 года.

Точка безубыточности проекта наглядно представлена на рисунке 5.3.

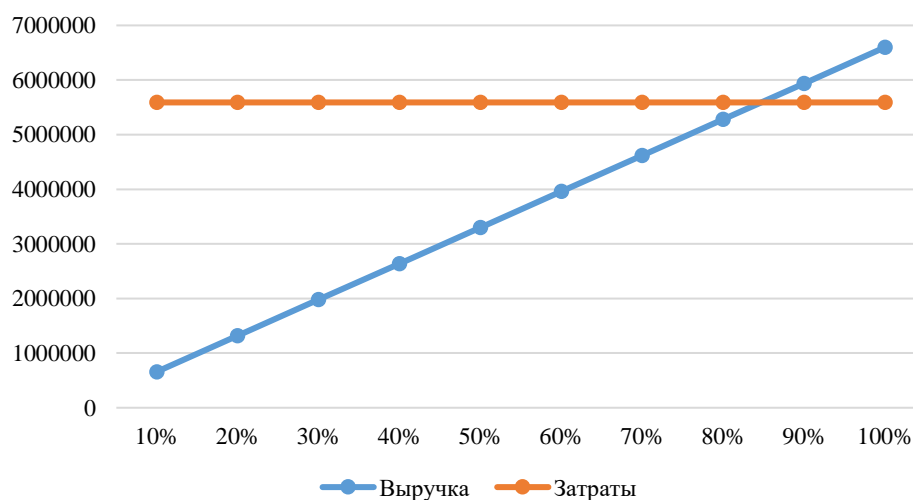


Рис. 5.3. Точка безубыточности

Точка безубыточности — это объем производства, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве каждой последующей

единицы, будут получать прибыль.

Любое мероприятие – сложный процесс, успех которого зависит от слаженности и взаимодействия большого количества людей, работы оборудования, погодных условий и т.д.

Основные риски, которые могут возникнуть во время мероприятия:

- невыполнение плана;
- неорганизованность участников;
- проблемы с работой оборудования;
- проблемы в работе подрядчиков;
- неверное определение объема продаж;
- риски, связанные с финансированием.

Другие события национального и местного значения могут повлиять на форму и проведение мероприятия, на успех его рыночной конкуренции.

Некоторые из этих событий, конференции, торговые ярмарки и т.п., могут способствовать поддержке проекта, другие, конкурирующие за пространство, покупателей и финансы, потребуют большего к ним внимания с целью минимизации какого-либо отрицательного их влияния.

Экономика проекта, наличие аудитории, участников, мест сбора и жилья, туристического рынка – это все факторы, которые могут представлять либо возможности, либо опасности.

Мероприятие будет направлено на преодоление или уменьшение влияния возможных опасностей. Оно обеспечит разнообразные художественные программы и широкий круг участников.

Ответственность за пополнение, рациональное распределение и управление бюджетом лежит на его директоре. Это не только поддержит самостоятельность выбора, но также приблизит мероприятие к местному артистическому развитию, подготовке художественных номеров и программ.

Работа некоторых активистов будет оплачиваться из местных средств, некоторых – из центральных источников, остальных – совместными усилиями. Обсуждение финансовых вопросов будет абсолютно прозрачным.

Также было подготовлено предложение для туристов из Белгорода, включающее перелет, трансфер, проживание, питание, экскурсионную программу и участие в мероприятии «Танцы в доминиканском ритме».

Программа тура из Белгорода в Санто-Доминго, на время проведения мероприятия «Танцы в доминиканском ритме» представлена в таблице 5.6.

Таблица 5.6

#### Программа тура Белгород-Санто-Доминго

Даты и время	Описание
1 день	Вылет из Москвы (SVO) в Санто-Доминго (JBQ)
2 день	Встреча туристов представителями компании, в том числе русскоговорящим гидом, трансфер в отель
	Заселение в отель «OccidentalElEmbajador», 5*
	Свободное время
3 день	Участие в мероприятии «Танцы в доминиканском ритме»
4,5,6,7 дни	Отдых на курорте, участие в мероприятиях и экскурсионных программах
8 день	Вылет из Санто-Доминго в Москву, переезд/перелет в Белгород

Показатели эффективности проекта мероприятия «Танцы в доминиканском ритме» представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6

#### Показатели эффективности проекта

Статья	Показатель
Инвестиционные затраты	5589850 руб.
Ставка дисконтирования	22%
NPV	1657402 руб.
IRR	33,46%
PI	1,296
PBP (срок окупаемости)	3 года

Таким образом, можно говорить о том, что данный проект имеет все шансы на воплощение в жизнь. Полученные показатели говорят о его рентабельности, инвестор получит доход от вложенных средств.

### Заключение

В последнее время в мире заметно активное вовлечение значительных масс населения в участие в различных видах культурно-массовых мероприятий. Это объясняется возрастающим культурным уровнем населения, потребности в общении и интересном проведении досуга. Поэтому, главным стимулом к деятельности команд по организации таких мероприятий, является стремление к удовлетворению потребностей граждан, реализация интересных, актуальных задумок и идей, воспитание лучших качеств, формирование конкретного целостного образа о стране, мире.

Целью выпускной квалификационной работы стала подготовка проекта тематического мероприятия для рынка туристических услуг Доминиканской республики «Танцы в доминиканском ритме».

В качестве места проведения мероприятия был выбран город Санто-Доминго – столица Доминиканской республики. Выбор обоснован тем, что мероприятие планируется проводить в конце сезона, а выбор столицы в качестве места проведения, позволит сгладить данный фактор.

Целью реализации данного проекта является популяризация региона, сохранение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества, разработка дополнительных элементов бренда, получение прибыли.

Сроки реализации проекта: 2019-2023 годы.

Продукт проекта – тематическое мероприятия, ориентированное на разные категории населения.

Целевая аудитория проекта – туристы, местное население.

В рамках работы были определены 3 этапа реализации проекта «Танцы в доминиканском ритме»:

1 этап – аналитический: поиск форм реализации проекта. Разработка программы экспериментального исследования, уточнение параметров мониторинга, направленных на определение потребностей туриста.

2 этап – практический: разработка программы мероприятия, определение основных параметров, направленных на достижение поставленных целей.

3 этап – итогово-обобщающий: подведение итогов реализации проекта, анализ эффективности работы, определение перспектив.

Для реализации мероприятия будет сформирована команда организаторов, с четким распределением полномочий.

К полномочиям организационного комитета относится определение нюансов тематики мероприятия, сроков, подачи заявок, отбора участников, составление сценария, организация и проведение комплекса работ по подготовке и проведению мероприятия.

Вход на мероприятие будет осуществляться по билетам, стоимость которых зависит от выбранного тарифа.

Мероприятие будет состоять из нескольких блоков (открытие, вступление, основная часть и заключение).

Открытие ознаменует начало праздника. Все участники будут собраны на главной площади, где будет дан старт началу торжества, вся часть занимает 1 час.

Далее туристам предлагается пройти к карнавальному шествию, тем самым преступить к вступительной части. В карнавальной шествии принимают участие местное население, специально приглашенные гости, творческие коллективы, артисты и по желанию сами участники торжества. Дополнительно заранее объявляется конкурс на лучшее декорированное шествие.

Основная часть приходится на вторую половину дня и выражается в более свободной форме отдыха. На данном этапе работает команда аниматоров, интерактивные и развлекательные площадки, а также мастер классы по обучению латиноамериканским танцам. Туристы могут свободно перемещаться по территории и пользоваться любыми услугами.

Заключительная часть представляет собой конкурс между танцевальными коллективами, в определении победителя участвует непосредственно



зритель, который отправляет смс на номер администратора с названием понравившейся команды танцоров. Мероприятие завершается праздничным салютом и фейерверком.

С целью информирования потенциальных потребителей о мероприятии, будет проведена развернутая маркетинговая кампания, состоящая в продвижении с помощью СМИ, Интернет-ресурсов, печатных материалов.

Показатели эффективности проекта мероприятия «Танцы в доминиканском ритме»:

- 1) инвестиционные затраты- 5589850 руб.;
- 2) ставка дисконтирования - 22%;
- 3) NPV - 1657402 руб.;
- 4) IRR - 33,46%;
- 5) PI - 1,296;
- 6) PBP (срок окупаемости) - 3 года.

Данные показатели говорят о будущей прибыльности проекта, а также возможности его реализации.

Прогнозируемый результат:

- создание банка данных возможных спонсоров и партнеров;
- создание нового туристского продукта в сфере событийного туризма;
- достижение положительной динамики турпотоков;
- реализация потенциала местных производственных предприятий;
- создание новых предложений комбинированных туров;
- рост доходной базы от реализации платных услуг;
- создание благоприятных условий для развития малого предпринимательства, новых рабочих мест.

### Список использованных источников

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2014. 245 с.
2. Алексеева О. А. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: учебник. М.: Профиздат, 2015
3. Акимова Л.А. Социология досуга: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2015. 125 с.
4. Арбузова. Ф. География регионального туризма: учебник. Спб.: Лениздат, 2015. 190 с.
5. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учебник. М.: Глобус, 2013. 200 с.
6. Баринов В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие. М.: Форум, 2013. 256 с.
7. Бекетова О.Н. Бизнес-план: теория и практика: учебное пособие для вузов. М.: Приор-издат, 2018. 288 с.
8. Бобков, Л.В. Бизнес-планирование: Уч. М.: Вузовский учебник, 2017. 320 с.
9. Бореев В.А. Культура и массовая коммуникация: учебное пособие. М.: Проспект, 2015. 212 с.
10. Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана.: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2013. 464 с.
11. Вавилона Е. И. Основы внутреннего туризма: учеб. пособие. Минск.: Высшая школа, 2015. 285 с.
12. Важенина И.С. Брендинг территории. Маркетинг в России и за рубежом: учеб. пособие. М. : Аспект, 2014. 92с.
13. Веселова Н. Ю. Организация туристской деятельности: учебник для студентов вузов. М. : Дашков и Ко, 2014. 254 с.
14. Виноградова М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2013. 280 с.

15. Воронова Е.Н. Экономика культуры: учебное пособие. Рязань: Узорочье, 2017. 177 с.
16. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 2015. 357 с.
17. Глобова С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления. СПб: Реноме, 2013. С. 137–140.
18. Данные и статистика. Доминиканская Республика. URL: <https://knoema.ru/atlas.com> (дата обращения: 03.03.2019)
19. Дмитриева М. А. Событийный туризм: история и перспективы: учебник. М.: Книгиздат, 2014. 198 с.
20. Дмитриева Н.А. Краткая история искусств: учебное пособие. М.: «Искусство», 2010. с. 173 с.
21. Друкер П. Эффективное управление: учебное пособие. М.: Дрофа, 2010. 234 с.
22. Дункан Д. Основополагающие идеи менеджмента: учебное пособие. М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 2016. 265 с.
23. Егошин А.П. Управление персоналом: учебное пособие. Н. Новгород, НИМБ, 2016. 142 с.
24. Жарков А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности: учебное пособие. М.: МГУК ЦПО, 2012. 155 с.
25. Иванова В.Н. Социальный менеджмент: учебное пособие. М.: Высшая школа, 2011. 255 с.
26. Кутыева Э. Р. Теоретические основания формирования имиджа туристического района: статья. Тюмень: Центрпо-лиграф, 2015. – 14 с.
27. Лосев В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей. М.: Вильямс, 2013. 208 с.
28. Малетин С. С. Туризм специальных интересов: концептуальные

подходы исследования // Вестник НГУЭУ. Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2014. № 4. С. 218 – 225.

29. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме: учеб. пособие. М. : Инфра - М, 2015, 312 с.

30. Марков А.П. Основы социально-культурного проектирования: учебное пособие. СПб, 2013. 344 с.

31. Миско К. С. Ресурсный потенциал региона: учеб. пособие. М.: Альфа, 2014. 190 с.

32. Мошняга Е. В. Межкультурная коммуникация в системе международного туризма в условиях глобализации // Социальная политика и социология. 2013. № 3. С. 25-30.

33. Муравьева Н.Я. Формы и виды финансирования в сфере культуры: учебник. М.: Юрайт, 2014. 154 с.

34. Периль Б.В. Фестивальная практика: информ. бюллетень. Архангельск, 2012. С. 24-73.

35. Петров И. В. Перспектива развития событийного туризма: учеб. пособие. М.: Альфарет, 2016. 137 с.

36. Плахин Г.В. Организация фестивально-конкурсных форм самодеятельного творчества: учебное пособие. Тюмень: ТГУ, 2012. С. 23–25.

37. Рыбаков Ф.Ф. Культура и рыночные отношения: учебное пособие. М.: Юрайт, 2014. 78 с.

38. Сафонова Е. С. Развитие туризма как одно из направлений развития современного туристского рынка: учебник. М.: Альфа, 2014. 140 с.

39. Слепокуров Н. Е. Перспективное развития туризма: учебник. – СПб.:Книгиздат, 2014. 110 с.

40. Сокол Т. Г. Основы туристической деятельности: учеб. пособие. М.: Советский писатель, 2015. 187 с.

41. Тарасенок А. И. Геоэкономка туризма: учебное пособие. Минск: Новое знание, 2013. 272 с.

42. Трофимов Е. А. Международные ивенты: учебник. М.: ЛитРес,

2014. 107 с.

43. Феоктисова И. А. Учет в туризме: учеб. пособие. М.: АльфаБет, 2014. 199 с.

44. Филина Ф. Н. Бухгалтерские аспекты, налогообложение: учеб. пособие. Спб. : Ленинград, 2015. 289 с.

45. Шаляпина Н.М. Маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов. Владивосток: Дальрыбвтуз, 2014. 263 с.

46. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие. Ростов н/Д : Феникс, 2012. 345 с.

47. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич- релейшнз, брендинг: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2014. 323 с.

48. Юрьева Т.В. Некоммерческие организации. Экономика и управление: учебное пособие. М.: МУФЕР, 2012. 107 с.

49. Яковлев Г. А. Экономика и статистика в туризме: учеб. пособие. М.: Альфа, 2016. – 98 с.

50. Янчевский В.Г. Менеджмент, маркетинг, бизнес. Деловым людям о предпринимательстве: учебник. Минск: Полымя, 2013. 255 с.

51. Global Business Travel Association; GBTA. URL: <http://www.gbta.org/> (Дата обращения 15.03.2019)

52. International tourism, receipts (% of total exports). URL: <http://www.worldbank.org>. (дата обращения: 02.04.2019)

53. Travel & Tourism: Global Economic Impact and Issues 2018. Latin America. URL: <https://www.wttc.org>. (дата обращения: 10.05.2019)

## **Приложения**