

**ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕТРИВИАЛЬНЫХ
ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ
ОТЕЛЕЙ
(на примере «Hilton Garden Inn Moscow New Riga»)**

Реферат выпускной квалификационной работы
на присвоение квалификации: «Магистр»

Куликова Мария Юрьевна

Тема диссертационной работы: Возможности использования нетривиальных туристских продуктов в развитии современных отелей (на примере «Hilton Garden Inn Moscow New Riga»)

Автор диссертационной работы: Куликова Мария Юрьевна

Научный руководитель диссертационной работы: кандидат социологических наук, доцент кафедры туризма и гостиничного сервиса Е. Н. Гончарова

Актуальность темы исследования: заключается в необходимости создания новых направлений и путей удовлетворения возникающих потребностей современного туриста для дальнейшего продвижения и развития спроса на туристский продукт, а также в необходимости изучения сегментов потребителя, нахождении нового подхода к желаниям туриста, изучение малоизвестных, но имеющих неоспоримый интерес мест размещения с целью создания уникального продукта на базе отеля.

Степень разработанности проблемы. Нами были рассмотрены самые современные направления туристской области, такие как: служба обмена домами "Home Exchange" backpacking, couchserfing и выявлены их особенности, специфика, популярность и причина появления. Нами было изучено множество иноязычных источников в области туризма (Francine Russo, Francesca Forno, J. C. Holloway, Urry John, Max Lerner, Walter Lippmann) в том числе, авторов- разработчиков новейших видов туризма (Casey Fenton). Были использованы данные всемирных организаций (UNESCO, WTO). Не остались незамеченными труды отечественных ученых в этой области: Новиков В.С., Бабкин А.В., Биржаков М.Б., Ефремова М.В., Грицак Ю.П., и многие другие.

При написании диссертационной работы были проведены различные опросы среди туристов, выявлены туристские стереотипы и ценности, мешающие или способствующие развитию туризма.

Цель диссертационного исследования – изучить потребности современных туристов и спектр современных туристских предложений с

целью создания нового нетривиального туристского продукта на базе гостиничного предприятия «Hilton Garden Inn Moscow New Riga».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- рассмотреть современные нетрадиционные туристские предложения
- изучить динамику и тенденции спроса на популярные современные туристские предложения
- выявить и изучить факторы влияющие на продвижение или оказывающие негативный эффект для развития туризма в популярных дестинациях.
- рассмотреть виды современного размещения, выявить потенциал для создания новейших видов продуктов и услуг
- изучить причины создания альтернативных способов размещения, сформулировать причину популярности, основных отличий, сформировать прогноз развития
- подвергнуть изучению современные гостиничные сети, рассмотреть возможные пути внедрения нетривиального продукта
- детально рассмотреть сеть отелей Hilton, виды входящих брендов, их основные отличия, рассмотреть на возможность использования нетривиальных видов туризма
- разработать продукт соответствующий понятию нетривиальности для внедрения в отель Hilton Garden Inn Moscow new Riga
- добиться максимального внедрения новейшего продукта в современную индустрию международного туризма

Таким образом, основная задача диссертационного исследования - рассмотрение инновационных туристских предложений с целью создания и внедрения нетривиального туристского продукта в отель «Hilton Garden Inn Moscow New Riga».

Теоретико-методологическую основу магистерской диссертации составляют труды отечественных и зарубежных специалистов в области

международного туризма, поведенческих особенностей туристов, классификации средств размещения, публикации посвященные нетривиальным туристским продуктам и услугам, нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность гостиничных предприятий в Российской Федерации, указы Президента РФ и постановления Правительства РФ.

Исследование выполнялось с учетом документов по проблемам современного туризма и особенностей размещения в гостинично-туристских комплексах, в том числе законодательства Российской Федерации, указы Президента РФ, постановлений Правительства РФ, директивных материалов Правительства Москвы.

В ходе исследования изучалась специальная инструктивная, методическая и справочная литература, материалы периодической печати. Использовались методы факторного анализа, группировок и экспертных оценок. В ходе исследования также использовались: системный и сравнительный анализ, методы социологического наблюдения и мониторинга процессов предоставления услуг по размещению, а так же, обработка массивов статистической и аналитической информации.

В современных источниках, посвященных отрасли туризма не достаточно представлена информация о разработке новых туристских продуктов. Тем временем, появление новых предложений происходит очень часто, и выявленное понятие нетрадиционного туризма становится слишком узким, чтобы вмещать в себя все новшества. Разработанное понятие нетривиального продукта является новой ступенью в изучении и развитии отрасли. Созданный нами инновационный туристский продукт будет являться новой ступенью и свежим взглядом на знакомство с любой туристской дестинацией.

Результаты исследования: На основе полученных данных, был разработан туристский продукт нового поколения, отвечающий выявленному нами понятию нетривиальности.