

Но, не смотря на негативные факторы, социальный туризм может стать приоритетным направлением в развитии экономики Приморского края.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», от 24.11.96 г. № 132-ФЗ. Гл. I. Ст.1; Гл. II. Ст. 4.
2. Моногород. – URL: <http://cyclowiki.org>. (дата обращения: 20.11.14).
3. Горбылева З.М. Экономика туризма: учебно-практическое пособие. – Минск: БГУ, 2007. – 167 с.
4. Краевая целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2011-2016 годы. Официальный сайт Администрации Приморского края. – URL: <http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/economics/programs/the-boundary-of-the-target-2011.php> (дата обращения: 15.12.2014).
5. Гельман В.Я. Особенности туризма людей пожилого возраста // ВЕСТНИК НАТ. – 2012. – №3 (23).
6. Буйленко В.Ф. Туризм: учебник. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2008. – 411 с.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. – URL: <http://primsts.gks.ru> (дата обращения: 20.11.14).
8. Мамаева А.Р., Забелина Т.И. Анализ факторов развития социального туризма малых городов Приморского края. Россия и Европа: связь культуры и экономики: материалы X международной научно-практической конференции. – Прага, Чешская республика, 2014. 28 ноября. – С. 337-341.

ПРОДВИЖЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА АРТЕМОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

Осипчук Е.А., Самохина Л.С.

*Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (филиал), Артём,
e-mail: 1katennok1@list.ru*

Туристская индустрия представляет собой сложный социально-культурный, экономический и психологический феномен, один из наиболее доходных и быстроразвивающихся секторов мировой экономики [2]. В свою очередь, гостиницы и другие средства размещения – основной компонент туристской инфраструктуры [1].

В связи с этим целью исследования является разработка предложений по продвижению предприятий индустрии гостеприимства Артемовского городского округа Приморского края (далее АГО). По данным Управления потребительского рынка и предпринимательства АГО и данным из справочно-информационных источников установлено, что на территории Артемовского городского округа на 1 января 2014 года зарегистрировано 14 предприятий, предоставляющих услуги размещения (таблица) [5].

Данные таблицы свидетельствуют, что из 14 предприятий 2 (14,3%) принадлежат индивидуальным предпринимателями (ИП Васильченко Ю.С., ИП Гогорян Г.О.), 8 (57,1%) предприятий являются обществами с ограниченной ответственностью. По месторасположению установлено, что в центре находится 6 (42,8%) гостиниц из 14, в районе аэропорта 2 (14,3%) гостиничных предприятия – это гостиничный комплекс «ХО» и отель «Венеция». В пос. Угловое – 5 (35,7%) гостиниц, в загородной зоне на трассе Хабаровск-Владивосток расположен мотель «Негус» (7,1%). Наряду с этим установлено, что свой веб-сайт имеют 11 (78,6%) гостиниц, причем самый информированный и оптимизированный сайт у гостиницы «Артём». Целесообразно отметить, что благодаря веб-сайтам гостиниц были выявлены дополнительные услуги, предоставляемые гостиничными предприятиями АГО. Таким образом, 6 (42,8%) гостиниц предлагают к услугам гостей сауну с парилкой, бассейном и уютной комнатой отдыха. Тренажерный зал предоставляет одна гостиница – «Артём»; услуги прачечной и гладильной службы предлагают 3 (21,4%) гостиницы, услуги массажа есть у 2 (14,2%) гостиниц. Так же нельзя не отметить стоимость проживания в гостиницах АГО. Так цена за 1-местный номер варьируется от 1500 до 2800 рублей, за 2х местный номер клиент отстает от 2000 до 3500 рублей, «люкс» обойдется клиенту от 3500 до 6000 рублей.

Средства размещения Артемовского городского округа (по состоянию на 1 января 2014 года)

Наименование предприятия	Наименование гостиницы	Адрес	Сайт
ООО «Горно-рудная компания «АИР»	«Мотель»	г. Артём, п. Угловое, ул. 1-я Рабочая, 1	www.house-place.ru
ООО «Артём»	«Артём»	г. Артём, ул. Кирова, 5	http://www.hotel-artem.ru/
ООО «Отель Венеция»	Отель «Венеция»	г. Артём, ул. Портовая, 39	http://hotelvenice.ru/
ИП Васильченко Ю.С.	«HINOTEL»	г. Артём, ул. 1-я Рабочая, 91	http://hinotel.sumotori.ru/
ООО «Райтекс»	«Райтекс»	г. Артём, ул. Ключевая, 1/1	http://www.raitek.com/gost_ritex.html
ООО «Аланд»	«Светлана»	г. Артём, ул. Пушкина, 2	http://svetlanah.ru/
ООО «Двойка»	«АВС»	г. Артём, ул. Гагарина, 83	–
ООО «Негус»	«Негус»	г. Артём, ул. Солнечная, 26а	http://www.motel-negus.ru/
ИП Гогорян Г.О.	«21 век»	г. Артём, ул. Гагарина, 74	–
Гостиничный комплекс «Монро»	«Монро»	г. Артём, пос. Угловое, ул. 1-й Севский пер., 47	http://hotel-monro.ru/
Гостиница «ПарХаус»	«ПарХаус»	г. Артём, ул. Фрунзе 54а	http://parhaus.narod.ru/
Гостиничный комплекс «ХО»	«ХО»	г. Артём, ул. Портовая, 35	http://xo-rest.ru/
Гостиничный комплекс «Космос»	«Космос»	г. Артём, ул. Космонавтов, 8/13	–
ООО «Аракс»	«Аракс»	г. Артём, ул. Вокзальная, 86	http://www.araks-artem.ru/

Цена является важным инструментом регулирования соотношения спроса и предложения в гостиничном бизнесе, особенностью которого является несоответствие между спросом и предложением. По данным крупнейшего в мире сайта гостиничных услуг *hotels.com.*, российские туристы тратят на проживание во время путешествий по своей стране больше, чем когда путешествуют за рубежом. Предложения внутри страны на гостиничные услуги, ниже спроса. Наряду с этим цены довольно высокие, а уровень сервиса относительно низок. Таким образом, снижение цен на российском гостиничном рынке и улучшение сервиса, будет способствовать развитию внутреннего туризма, следовательно, и экономики в целом.

Положение дел на рынке гостиничных услуг нуждается в действенном развитии маркетинговой политики как главенствующего механизма, способного создать необходимые предпосылки для извлечения максимальной прибыли. С целью продвижения гостиничной индустрии необходимо проведение постоянной маркетинговой политики по созданию необычных товаров и услуг [3].

Проанализировав рынок гостиничных предприятий Артемовского городского округа были разработаны следующие предложения по продвижению этих предприятий:

1. разработать информационный и интерактивный сайт с подробным описанием услуг и стоимостью номеров для гостиниц «Космос», «21 век», «АВС»;
2. использовать рекламу на веб-форумах. Находясь на стадии выбора, люди изучают специализированные форумы, читают отзывы, чтобы принять правильное решение касательно выбора определенной гостиницы. Это делает форумы важным местом рекламы гостиничной услуги;
3. создать информативную рекламу и разместить на каналах телевидения «СТС» и «ТНТ»;
4. использовать наружную баннерную рекламу, так как реклама такого типа является влиятельным инструментом для привлечения клиентов;
5. создать лояльную программу по разработке скидок постоянным клиентам, бонусных накоплений при бронировании;
6. участвовать в городских мероприятиях и выставках.

В связи с последним предложением, на базе филиала ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» планируется проведение городской выставки предприятий туризма и гостеприимства. Несомненно, участие в данном мероприятии будет важным маркетинговым ходом в развитии и продвижении гостиничных предприятий. В рамках проведения выставки студентами было проведено анкетирование сотрудников гостиничных предприятий. Установлено, что 10 (71,4%) из 14 гостиниц АГО планируют принять участие в выставке предприятий туризма и гостеприимства, считая, что данное участие будет являться средством в формировании маркетинговых коммуникаций, которые в конечном итоге определяют эффективность всей деятельности по продвижению гостиничного предприятия. Студентами кафедры Сервиса, строительства и дизайна разрабатывается программа по проведению этой выставки.

В первую очередь, гостиницы обязаны подать заявку. Затем пройти регистрацию в день начала работы выставки. После регистрации начнется официальная церемония открытия. Все участники и гости выставки будут приглашены в актовый зал. После официального открытия выставочного мероприятия наступает работа в ходе функционирования выставки. Особая роль в обеспечении успеха выставочной деятельно-

сти принадлежит стендистам – сотрудникам, работающим в публичной зоне экспозиции, у стенда предприятия. Также, у каждого представителя турфирмы будет взято интервью. Сама конференция будет проводиться в течение 2-х дней.

После завершения выставочного мероприятия и демонтажа экспозиции в обязательном порядке будет проведен анализ итогов участия предприятия в выставке.

Список литературы

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. – 3-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 224 с.
2. Виноградова Т.В., Загорин Н.Д., Тубелис Р.Ю. Технология продаж услуг туристской индустрии. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 240 с.
3. Пекарская О.А. Развитие и продвижение гостиничных предприятий на рынке услуг гостеприимства // Вестник. – 2014. – № 2. – С. 48-49.
4. Черненко В.А., Качалова О.И., Локтева О.А. Современные тенденции в развитии гостиничного сервиса // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2013. – № 1. – С. 113-114.
5. Официальный сайт Артемовского городского округа // Туризм. – <http://www.artemokrug.ru/> (дата обращения: 23.12.14).

РОЛЬ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ МОЛОДЕЖИ И НАСЕЛЕНИЯ АРТЕМОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

Полякова Д.О., Забелина Т.И.

*Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (филиал), Артем,
e-mail: dashehka666137@mail.ru*

Важность туризма для молодого поколения неоспорима. Это не только активный досуг, но и возможность лучше узнать историю своей страны, края города. Посещая культурно- исторические места, человек проникается духом времени, в котором жили его предки он начинает ощущать свою причастность к истории России и той местности где он живет. Именно это способствует воспитанию как у молодых людей, так наиболее взрослого населения патриотизма и любви к своей Родине [1]. В 90-е годы в Россия произошли изменения которые привели к невосполнимым утратам в культурном наследии, к слову выработанных веками способов передачи культурно-исторической памяти. Свелось на нет патриотическое воспитание молодежи [2].

Низкий уровень патриотического воспитания обусловлена тем, что в последние годы в Российском обществе все больше навязываются приоритеты материальных интересов над нравственными ценностями и патриотическими чувствами. Традиционные исконно русские основы воспитания и образования подменились западными.

Происходит глубокий кризис в душах людей. Система прежних духовных и культурных ценностей и ориентиров утрачена, а новые – не выработаны.

В связи с этим одним из острых вопросов является вопрос патриотического воспитания современной молодежи и населения. Быть патриотом – естественная потребность людей, удовлетворение которой выступает как условие их материального и духовного развития, утверждения гуманистического образа жизни, осознание своей исторической культуры, национальной и духовной принадлежности к Родине и понимание демократических перспектив ее развития в современном мире [3].

Поэтому особую актуальность приобретает необходимость патриотического воспитания и в решении этого вопроса может помочь культурно-познавательный туризм.