

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 культурной, 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.

Культурно-познавательный туризм занимает значительное место в структуре туристских потоков. На долю культурно-познавательного туризма приходится пятая часть внутреннего турпотока и третья часть въездного туризма. Ежегодный прирост такого вида туризма, по оценкам специалистов, составляет порядка 15%. Развитие культурно-познавательного туризма играет важную роль и в решении социальных проблем в том числе и связанных с патриотическим воспитанием не только молодежи, но и всего населения [4, Стр.38] Формировать чувство патриотизма можно различными способами, необходимо знакомить людей с историей, традициями, обычаями, героическим прошлым родного края.

Культурно-познавательный туризм является неотъемлемой частью различных городских тематических экскурсий, которые играют важную роль в формировании гуманистического, патриотического воспитания, расширении знаний населения и молодежи. Экскурсия выступает как дополнительный педагогический процесс, в котором сочетаются обучение и духовно-нравственное воспитание. Воспитательные возможности экскурсий определяются как их содержанием, так и широким тематическим спектром (комплексные, обзорные, исторические, военно-исторические, литературные, экологические и т. д.)

Познавательные экскурсии необходимо рассматривать как сильнейшее образовательное и воспитательное средство, позволяющее на практике ознакомить молодое поколение да и не только его с природным наследием, историей и культурой родного края, развивать в подростках эстетические чувства, любовь к Родине, отзывчивость к высшим интересам духовности и нравственности. Именно в ходе экскурсий, посещениях музеев происходит знакомство с историей Родины, с искусством и тем самым зарождается гордость за своё Отечество, любовь к нему и, следовательно, патриотизм [6].

Культурно-познавательный туризм может способствовать не только патриотическому воспитанию, но и развитию экономики особенно малых городов. Так как в сложившихся экономических условиях многие люди не могут позволить себе не только выезд за рубеж. Но и совершать длительные туристические поездки по России. Данный вид туризма дает возможности приобщиться к истории своего края и реализовать потребности путешествия. Развить внутренний туризм на территории города.

Разнообразный природный рельеф, климат, растительный и животный мир создают на территории города Артема и прилегающих поселках определенные предпосылки и условия для развития туризма.

Город имеет в своем распоряжении разнообразные ресурсы позволяющие развивать культурно-познавательного туризм. Насчитывается свыше 46 памятников истории и культуры, городской краеведческий музей, музей ТОФ и музей Артемовской ТЭЦ – первенца приморской энергетики, имеется прекрасный выставочный зал, где регулярно оформляются экспозиции не только местных художников, но и работы мастеров края и другие культурные, архитектурные и природные объекты культурно-познавательного туризма [7].

С целью выявления того насколько молодежь и население Артемовского городского округа знает свою историю, достопримечательности города было проведено исследование. В ходе проведения исследования использовались методы опроса и наблюдения. В опросе приняло участие 172 человека. Опрос проводился с использованием метода простой случайной выборки.

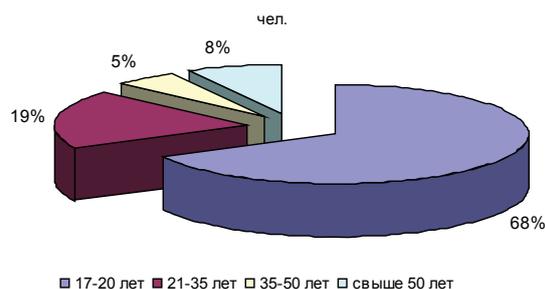


Рис. 1. Возрастная структура опрошенных

Так как основной целью исследования было выявление отношения молодежи к историческим и памятным местам города, то основную долю в структуре опрашиваемых составили молодые люди в возрасте от 17 до 35 лет (рис. 1).

Как показали проведенные исследования, только незначительная часть опрошенных знает историю своего города очень хорошо (рис. 2).

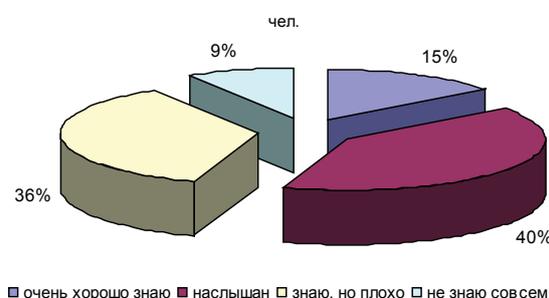


Рис. 2. Вопрос «Насколько хорошо Вы знаете историю города»

Как видно из диаграммы представленной на рисунке знают историю своего города лишь незначительная часть опрошенных их всего 15%, причем в возрасте от 17-25 лет плохо знают историю своего города 37%, наслышаны 44%, не знают совсем 7%. Но и среди более старшего поколения хорошо знают историю своего города только 8%.

На вопрос «О каких достопримечательностях города вы наслышаны очень хорошо?» мнения респондентов распределились следующим образом (рис. 3).

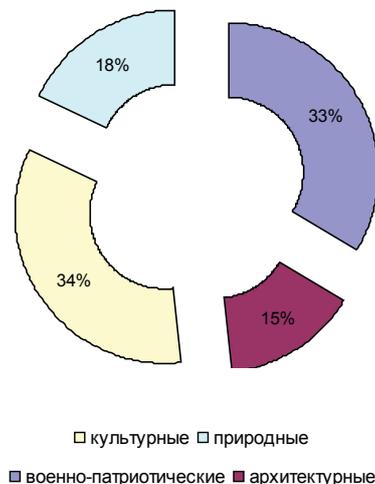


Рис. 3. Наслышанность респондентов о достопримечательностях города

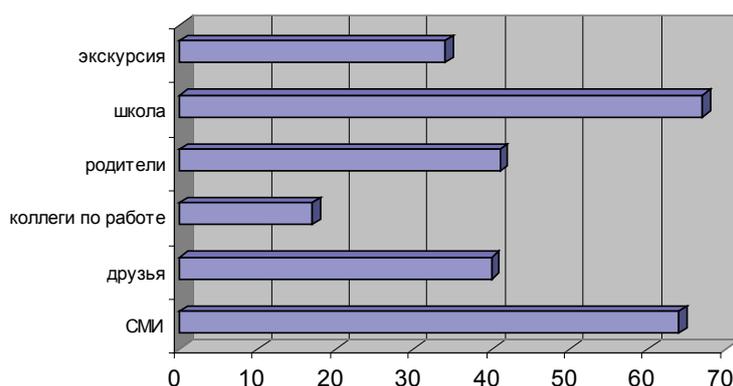


Рис. 4. Источники получения информации об истории города и его достопримечательностях

На самом деле как показало наблюдение и результаты ответов на вопрос «Какие военно-патриотические достопримечательности города вы знаете» респондентам удалось вспомнить только порядка 8 памятников, что составляет 17,3% от общего количества военно-патриотических и культурных памятников хранящих историю города. Многие респонденты не только не смогли перечислить известные им достопримечательности, но и затруднились сформулировать их правильное название.

В основном респонденты перечисляли общеизвестные городские достопримечательности, которые находятся в центре города. Это касается не только военно-патриотических памятников, но и культурных, архитектурных объектов. Признавая свое незнание истории города и его исторических вех на вопрос «Знакома Вам история создания достопримечательностей города?» 65,1% ответили «нет» (рис. 4).

Как видно из диаграммы основными источниками получения информации, а следовательно и патриотического воспитания молодежи и населения являются школа, средства массовой информации, но они не дают полной информации об истории города, если и рассказывают об исторических достопримечательностях, то как правило об общеизвестных, многие памятные исторические места города остаются забытыми, особенно посвященные годам Великой-Отечественной и гражданской войны, труженикам тыла.

Решить эту проблему помогли бы полные обзорные экскурсии не только по городу, но и его окрестностям, как одно из направлений культурно-познавательного туризма. Причем у населения города есть такая потребность, так как на вопрос «Хотели бы вы побольше узнать об истории своего города?» 72,7% ответили положительно. Причем 66,9% респондентов хотели бы посетить такую экскурсию.

Высока роль туризма в осуществлении гражданского и патриотического воспитания в том числе и посредством организации экскурсионно-туристской работы, которая способствует формированию у населения положительного отношения к своему Отечеству, чувства любви и привязанности к родным местам. Экскурсионно-туристическое направление основывается на воспитании потребности в изучении истории родного края, страны.

Список литературы

1. Рекомендации «Круглого стола» 16 ноября 2009 года «Молодёжный туризм как одна из важнейших составляющих патриотического воспитания молодого поколения. Нормативно-правовой аспект». – <http://km.duma.gov.ru/site.xp/051051052.html>
2. Андреева Е.В. Инновационные аспекты развития внутреннего туризма в контексте проблемы национальной культурной памяти.

3. Шик К.И. Сущность патриотического воспитания учащейся молодежи и некоторые способы его реализации в Республике Беларусь // Молодой ученый: научный журнал. – <http://www.moluch.ru/conf/ped/archive/58/2337/>

4. Сириченко А. О развитии культурно-познавательного туризма в Российской Федерации // Самоуправление. – 2011. – № 8. – С. 38.

5. Кириуханцев К.А. Экскурсия как средство патриотического воспитания учащихся общеобразовательных школ / К.А. Кириуханцев, И.А. Гизатова // Педагогика: традиции и инновации: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 80-82 // Молодой ученый: научный журнал. – <http://www.moluch.ru/conf/ped/archive/63/2811/>

6. Рылова М.Г., Лыкова Т.Г. Роль культурно-познавательного туризма в современном обществе. – Студенческий научный форум. – <http://www.scienceforum.ru/2014/421/1002>

7. Территория. – http://old.pgpb.ru/cd/terra/artem/art_07.htm

КАЛЕНДАРНАЯ ОБРЯДНОСТЬ И ФОЛЬКЛОР ВОСТОЧНЫХ СЛАВЯН В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Сторожук К.В., Турчина Н.П.

*Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (филиал), Артём,
e-mail: ksushka16m@mail.ru*

Приморье является территорией позднего освоения и малоизученного, следует это учесть, рассматривая вопрос об обрядности и фольклоре восточных славян, проживающих на территории Приморского края. Массовая миграция из южных губерний европейской части страны: собственно России, Украины (особенно северо-западных уездов Черниговской губернии), частично – Белоруссии, началась с открытием в 1883 г. морского сообщения Одесса – Владивосток. Можно выделить три переселенческих потока – 1880-1910-х, 1930-х, послевоенных 1940-1950-х годов.

В наши дни на территории края украинцев проживает около 4%; численность белорусов – 0,6%, тогда как на отдельных этапах переселенческого движения в дореволюционный период истории края они составляли до 80% всех переселенцев из других регионов России. Сегодня основную часть населения составляют русские. Однако они оказались наименее изученными в этнокультурном отношении по сравнению с другими народами региона [1]. Это и повлияло на выбор темы нашей работы: возвращение к истокам, самобытности, традициям является важным и актуальным направлением жизни современного общества. Отправляясь на новые земли, переселенцы вместе с небогатым домашним скарбом да с узелком и горстью родной земли везли они с собой старинные песни, дедовские сказки, пословицы и загадки. Фольклорные богатства из 76 губерний России, Украины и Белоруссии причудливо перемешались в нашем крае [2].