

# **ВВГУ**

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

## **XXVI**

Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

# **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –**

**НА РАЗВИТИЕ  
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО  
РЕГИОНА РОССИИ  
И СТРАН АТР**

10–12 апреля  
2024 г.  
В четырех томах  
Том 1

ISBN 978-5-9736-0731-9 (Т. 1)



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

---

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXVI международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
10–12 апреля 2024 г.

Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВВГУ  
2024

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-  
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы  
XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых  
ученых (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.) : в 4 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра  
экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ;  
Электрон. текст. дан. (1 файл: 11,4 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. –  
1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или ана-  
логичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной  
памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дис-  
кового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit  
Reader либо любой другой их аналог.**

ISBN 978-5-9736-0731-9

Включены материалы XXVI международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.).

Том 1 включает в себя следующие секции:

- Актуальные вопросы международных отношений мир и регион в условиях глобальной трансформации.
- Приоритеты развития экономики и общества в условиях новых глобальных вызовов (секция только для аспирантов и соискателей).
- Теоретические и практические аспекты развития сферы туризма и гостеприимства (1-2 курс).
- Инновационные подходы к организации туристской и гостинично-ресторанной деятельности (3–4 курс).
- Медиакоммуникации в цивилизационных системах современного мира.
- Актуальные вопросы общества, экономики и права в современном мире.
- Страны АТР в аспекте языка и культуры.
- Актуальные проблемы науки и практики образования.
- Организация транспортных процессов.
- Индустрия туризма и гостеприимства теория, практика и тенденции развития.

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0731-9

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024  
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 05.10.2024 г.

Объем 11,4 МБ. Усл.-печ. л. 51,51

Тираж 300 (I–25) экз.

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ МИР И РЕГИОН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

|  |    |
|--|----|
| <i>Ганиченко А.В., Исмаилова И.В., Харламов В.В., Николенко А.П.</i> Влияние традиционной корейской культуры на международные отношения.....                     | 7  |
| <i>Губанова А.Ю.</i> Нефтегазовые проекты Сахалинской области: экономические отношения со странами Северо-Восточной Азии в условиях антироссийских санкций ..... | 10 |
| <i>Дадалова А.С.</i> Профанация политического пространства: политика карнавала .....   | 14 |
| <i>Демиденко Р.С.</i> Роль побратимских связей в развитии российско-китайских отношений.....   | 17 |
| <i>Заводнова П.О.</i> Культурные аспекты и их влияние на формирование внешней политики КНР 1949–1990-х гг. на примере конфуцианства .....                        | 21 |
| <i>Карелина А.К., Бутова В.Д.</i> Трансформация современного мирового порядка.....   | 24 |
| <i>Кузнецова Е.С., Шишкина В.Д.</i> Освещение политики Тибета в СМИ .....  | 28 |
| <i>Курочкина Д.С.</i> Преодоление западнотризмизма в современном мире: роль мексиканской культуры....  | 31 |
| <i>Леонте Г.И.</i> Национальный кинематограф Японии как инструмент преодоления кризиса национальной идентичности 60–70-е годы XX века.....                       | 34 |
| <i>Ли Джи Юн, Захаркина Е.А.</i> Исторические особенности немецкого предпринимательства во Владивостоке в период с XIX по XX вв. ....                            | 39 |
| <i>Литвинов А.Е.</i> Северный морской путь: задачи и перспективы.....  | 42 |
| <i>Макаров Н.А.</i> Влияние неоосманства в Турции на безопасность региона.....   | 46 |
| <i>Максимова Т.Д.</i> Общественно-политические структуры современного Китая: проблема легитимации и позиционирования.....  | 49 |
| <i>Мамедова С.А.</i> Внешняя политика РФ на Дальнем Востоке как паттерн развития.....  | 52 |
| <i>Меринова И.А.</i> Влияние социальных сетей на палестино-израильский конфликт .....  | 56 |
| <i>Новикова А.Н.</i> Феномен «новых медиа» в современных международных отношениях на примере социальных сетей и мессенджеров .....                               | 59 |
| <i>Норекян О.М.</i> Шанхайская Организация Сотрудничества: проблемы и перспективы.....   | 63 |
| <i>Павлова А.М., Астафьева А.С., Моисеенкова А.Е.</i> Формирование позитивного имиджа страны как стратегическая задача Республики Корея.....                     | 65 |
| <i>Сюй Лай, Котляр Н.В.</i> «Красная» культура и культурный туризм в современном Китае: приоритеты культурной политики КНР .....                                 | 68 |
| <i>Холод П.Ю.</i> Начало заката американской религиозности. Упадок влияния религии на общество и политику.....   | 72 |
| <i>Чернышов Т.А., Гребенщикова Е.А., Ерёмин А.С.</i> Торговая война между Китаем и США: причины и последствия.....   | 77 |
| <i>Шестёра А.А.</i> Оценка эффективности политики санкций в отношении России .....   | 86 |
| <i>Шутов В.В., Тунгусова Е.В.</i> Современное развитие Приморского края как транзитного логистического региона в условиях внешних санкций.....                   | 89 |

### **Секция. ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ (СЕКЦИЯ ТОЛЬКО ДЛЯ АСПИРАНТОВ И СОИСКАТЕЛЕЙ)**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Белова Е.В.</i> Эволюция понятия инфраструктуры как ведущего сектора современной региональной экономики .....  | 96  |
| <i>Блюдик А.Р., Масюк Н.Н.</i> Инфраструктурный фактор развития морского транспорта (на примере ПАО «ВМТП»).....  | 100 |
| <i>Варжин М.Р., Красова Е.В.</i> Изучение влияния информационно-коммуникационных технологий на качество жизни и работы сотрудников: перспектива управления человеческими ресурсами..... | 104 |
| <i>Гавриш П.Т.</i> Преподавательский персонал в среднем профессиональном образовании .....  | 110 |
| <i>Данилов Е.А.</i> Управление информационной обеспеченностью электроснабжения Владивостока в условиях новой градостроительной политики.....  | 115 |
| <i>Завалин Г.С.</i> Формирование системы показателей интеллектуального капитала региона .....   | 119 |
| <i>Кудряшов Н.Н.</i> Анализ подходов в управлении субъектами деятельности в сфере промышленности..  | 122 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Лаевский П.В., Красова Е.В.</i> Влияние цифровизации на управление в организациях сферы физической культуры и спорта .....  | 128 |
| <i>Лысенкова Е.Р., Волынчук А.Б.</i> Перспективы реализации государственной демографической политики в Дальневосточном федеральном округе .....  | 132 |
| <i>Тао Лися, Вэйсинь.</i> Сравнительный анализ государственной поддержки развития преференциальных режимов в России и КНР .....  | 136 |
| <i>Чжоу Цюань, Сунь Лимэй.</i> Оценка потенциала социально-экономического развития российского Приморья на основе увеличения добавленной стоимости сельскохозяйственного производства..... | 140 |

**Секция. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (1–2 курс)**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Ганенко М.К.</i> Перспективы развития туризма Амурской области .....   | 145 |
| <i>Мансурова Л.И., Петрова Г.А.</i> Формирование гостиничных услуг в условиях низкой сезонности (на примере отеля Юность г. Южно-Сахалинск) ..... | 148 |
| <i>Салева М.В., Морозова Е.К., Шеметова Е.В.</i> Владивостокский гастро-компас: изучение гастрономического многообразия.....                      | 153 |
| <i>Строкова А.В.</i> Иммерсивные экскурсионные программы как индивидуальный подход к разнообразным аудиториям.....                                | 156 |
| <i>Ступина А.А., Кононов А.Ю.</i> Социальные медиа как инструмент продвижения в сфере туризма на примере Приморского края.....                    | 161 |
| <i>Ханская О.А., Шеметова Е.В.</i> Развитие научного туризма в Приморском крае.....   | 164 |
| <i>Цитцер А.А., Ден В.Г.</i> Молодежный туризм: актуальность развития и сущность понятия .....  | 168 |
| <i>Цой Е.А., Ден В.Г.</i> Внедрение цифровых технологий в гастротуризме на примере Приморского края   | 173 |
| <i>Шинкаренко О.Д., Столярова В.К.</i> Анализ туристско-рекреационной инфраструктуры в национальных парках Приморского края .....                 | 177 |

**Секция. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (3-4 курс)**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Бояркина А.С., Петрова Г.А.</i> Исследование удовлетворенности организацией досуга в ресторане «Супра Меоре» (г. Владивосток) .....                    | 181 |
| <i>Демидова У.А.</i> Автомобильный квест как ключевой стимул развития автомобильного туризма в Приморском крае .....                                      | 185 |
| <i>Долженкова Д.И.</i> Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока .....   | 191 |
| <i>Заикина А.Э.</i> Подход к идентификации объектов гастрономического туризма.....  | 196 |
| <i>Зотиков Д.А., Ден В.Г.</i> Ресурсы для развития кинотуризма в городе Владивостоке.....   | 202 |
| <i>Лакиза А.Р.</i> Применение цифровых технологий для организации туристско-рекреационной деятельности в национальных парках России .....                 | 207 |
| <i>Мальцева К.А.</i> К вопросу об опыте организации деятельности тематических парков России .....   | 214 |
| <i>Мединская А.И., Ден В.Г.</i> Использование чат-ботов в гастрономическом туризме (на примере Приморского края) .....                                    | 223 |
| <i>Метелкина Д.А., Ден В.Г.</i> Продвижение турпродукта в социальных сетях.....   | 227 |
| <i>Нехай А.А.</i> Оценка туристской привлекательности Артемовского городского округа (Приморский край) .....  | 232 |
| <i>Никанорова В.В.</i> Организация досуга на предприятиях общественного питания на примере города Владивостока.....                                       | 243 |
| <i>Никифорова О.Е.</i> Сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта применения программ адаптации персонала в сфере гостиничного бизнеса ..... | 249 |
| <i>Путилина Т.А., Гомилевская Г.А.</i> Инновационные аудиогиды в отечественной экскурсионной практике .....   | 257 |
| <i>Пятаков М.С.</i> Совершенствование работы службы приёма и размещения (на примере ЗАО «Бизнес-Центр «Парус»», г. Хабаровск).....                        | 260 |
| <i>Рискина В.А., Шеметова Е.В.</i> Использование средств маркетинга в ресторанном бизнесе на рынке г. Владивостока .....                                  | 264 |
| <i>Русакова К.В., Шеметова Е.В.</i> Меню, как инструмент продвижения дальневосточной кухни.....   | 268 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Сидорова М.В., Столярова В.К.</i> Экоквест как современная форма экологического воспитания школьников ..... | 271 |
| <i>Стаценко Б.А.</i> Организация событийных мероприятий в гостинице с целью привлечения аудитории.....         | 276 |

**Секция. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ЦИВИЛИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ  
СОВРЕМЕННОГО МИРА**

|  |     |
|--|-----|
| <i>Хламенок Е.А., Телицына Т.В.</i> Проморолики как жанр видео-контента..... | 286 |
|--|-----|

**Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В  
СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Будников А.Е.</i> Внутренние и внешние факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия ..... | 290 |
| <i>Галеева Е.Е.</i> Исследование молодежных интернет-субкультур .....                                       | 293 |
| <i>Иванова П.В.</i> О спорном запрете в институте вспомогательных репродуктивных технологий.....            | 296 |

**Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Бондарь А.М., Налетка О.А.</i> Английский язык – дипломатия «мягкой силы» в странах АТР.....   | 301 |
| <i>Бужинская В.И., Ни Ж.В.</i> Актуальные проблемы современной корейской лингвистики.....   | 304 |
| <i>Дорофеев Г.А., Беловол Д.Е., Горбунова М.В.</i> Этикет японской нации: правила и нормы поведения ....  | 310 |
| <i>Камаха Д.М., Астахова Д.Ф., Назарова Е.А., Молодых В.И.</i> Некоторые особенности китайского интернет-языка (на примере сленга и неологизмов)..... | 313 |
| <i>Коноплёв Д.А., Горбунова М.В.</i> Канадский сленг: лингвокультурный аспект.....  | 317 |
| <i>Никитин А.М., Козинец А.И.</i> Взаимодействие и сотрудничество стран АТР через познание культур и языков народов .....                             | 320 |
| <i>Новикова А.Н., Скачкова А.С., Шестёра А.А.</i> Некоторые особенности отражения китайской культуры (на материале кинематографа) .....               | 322 |
| <i>Панасюк А.А.</i> Анализ развития сферы культуры Приморского края .....   | 326 |

**Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ПРАКТИКИ ОБРАЗОВАНИЯ**

|  |     |
|--|-----|
| <i>Морозов Д.В., Мазелис А.Л.</i> Анализ рынка образовательных программа ДФО по бизнес-информатике и прикладной математике .....                                   | 330 |
| <i>Джабиева А.Б., Чернышева А.С.</i> Цифровая геймификация как средство развития грамматических навыков речи английского языка на примере ресурса Quizizz.com..... | 333 |

**Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ**

|  |     |
|--|-----|
| <i>Афонская А.И.</i> Международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2» в рамках развития сотрудничества приграничных регионов РФ и КНР.....  | 337 |
| <i>Баранов А.С., Попова Г.И.</i> Применение знаний по начертательной геометрии для решения задач оптимизации транспортной логистики.....   | 342 |
| <i>Боженова Ю.Д.</i> Оценка результатов реализации национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» и дальнейшие перспективы развития на территории Приморского края ..... | 345 |
| <i>Дидик И.С., Карсаков К.Б., Городников О.А.</i> Сравнительный анализ программного обеспечения для автоматизации транспортной логистики .....   | 349 |
| <i>Долгова Д.А., Розанова Е.А.</i> Анализ основных видов конфликтов при обслуживании пассажиров в АО «Терминал».....   | 354 |
| <i>Емельянова В.А., Новиков Е.А., Разноченков А.В., Гриванова О.В.</i> Подготовка урока-викторины по знанию ПДД для школьников .....   | 357 |
| <i>Когай М.В., Поготовкина Н.С.</i> Обеспечение безопасности транспортировки крупногабаритных и тяжеловесных грузов .....  | 359 |
| <i>Крестьянов А.С., Пресняков В.А.</i> Автоматизация логистической деятельности предприятия ООО «Восточный интермодальный сервис» с помощью CRM системы .....                                    | 363 |
| <i>Тюрин А.С., Новосельский В.А.</i> Оптимизация транспортной логистики в складской деятельности .....   | 367 |
| <i>Свиридова К.К., Попова Г.И.</i> Сравнительный анализ зарубежных и отечественных ТСК.....  | 371 |

## Заключение

В заключении, можно сделать вывод, что экоквест представляет собой современную разновидность традиционной экскурсии, обладающую значительным потенциалом развития за счет внедрения интерактивных форм взаимодействия. Основные особенности экоквеста заключаются в следующем: отсутствие предварительной информации о полном маршруте (что придает ощущение азарта и приключения); необходимость решения логических задач для достижения цели посещения места; разнообразие тематических направлений. На основе одной экскурсии возможно создание нескольких экскурсионных квестов с разными уровнями сложности, продолжительностью, тематикой и направленностью. В туристской сфере важно развитие новых форм и видов в соответствии с потребностями потребителей и стремительным развитием инновационных технологий, подобной формой и может стать экоквест.

1. Каравка А.А. Урок-квест как педагогическая информационная технология и дидактическая игра, направленная на овладение определенными компетенциями // Интернет-журнал «Мир науки». – 2015. – № 3. – 7 с.
2. Киреева Ю.А. Особенности организации квест-экскурсий // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14, № 2. С. 4–11.
3. Селиверстенко А.С., Мельцов А.В. Квест-туризм как перспективное направление в молодежном туризме // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. № 1, т. 14. С. 127-133.
4. Панов И.Н. Экологический туризм: учебное пособие // – География. – М., 2016.– 213 с
5. Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года: Распоряжении Правительства от 30.04.2012 года.
6. Приморская статистика // Сайт статистических данных. – Текст: электронный [сайт]. – URL: [http://www.vlc.ru/city-environment/ecology/ecological\\_education](http://www.vlc.ru/city-environment/ecology/ecological_education) (дата обращения: 18.04.2024)
7. Экскурсия-квест «О фортах и голубях». – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://arseniev.org/>. (дата обращения: 21.04.2024)
8. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Таинственное расследование» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/tainstvennoe-rassledovanie-questen>(дата обращения: 21.04.2024).
9. Квест «Найти золотого трепанга» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://guidego.ru/>. (дата обращения: 25.04.2024)
10. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Частная школа» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/chastnaya-shkola-20> (дата обращения: 25.04.2024)
11. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Алиса в стране чудес» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/alisa-v-strane-chudes-kvestkafe> (дата обращения: 03.05.2024)

УДК 338.48

## ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ГОСТИНИЦЕ С ЦЕЛЬЮ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

**Б.А. Стаценко, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Ивент-мероприятия играют важную роль в формировании благоприятного имиджа гостиницы и помогают привлечь целевую аудиторию, что в свою очередь делает отель максимально конкурентоспособным в условиях быстро меняющегося рынка. На сегодняшний день большинство прогрессивных гостиниц отказываются от надоедливой традиционной рекламы и стараются прибегать к такому эффективному инструменту по привлечению целевой аудитории, как ивент-мероприятия.*

**Ключевые слова:** *ивент-мероприятия, гостеприимство, гостиничное дело, гостиничный комплекс.*

## ORGANIZING EVENTS AT THE HOTEL TO ATTRACT AUDIENCES

**Abstract.** *Event events play an important role in shaping the favorable image of the hotel and help to attract the target audience, which in turn makes the hotel as competitive as possible in a rapidly changing market. To date, most progressive hotels refuse to annoying traditional advertising and try to resort more to such an effective tool to attract the target audience, as an event.*

**Keywords:** *events, hospitality, hotel business, hotel complex.*

Событийные мероприятия в гостинице – это специальные мероприятия или мероприятия, организованные и проводимые в гостиничных помещениях для различных целей, таких как свадьбы, корпоративные встречи, семинары, конференции, выставки и т.д. Гостиницы часто предлагают услуги по проведению таких событий, включая аренду помещений, техническую поддержку, обслуживание и организацию программы мероприятия. Такие события могут быть как маломасштабными, для небольших групп людей, так и крупными, с участием сотен участников. Гостиницы обычно имеют опытных специалистов, которые помогут клиентам в планировании и проведении событийных мероприятий в соответствии с их пожеланиями и требованиями.

Событийные мероприятия в гостинице имеют большую актуальность как способ привлечения аудитории из-за нескольких причин.

Во-первых, событийные мероприятия помогают привлечь новых гостей, которые могут заинтересоваться тематикой мероприятия. Например, конференции, семинары или выставки могут привлечь деловых партнеров, участников отраслевых событий и профессионалов из различных областей.

Во-вторых, событийные мероприятия могут помочь удержать существующих гостей, предоставляя им дополнительные возможности для отдыха и развлечения. Это может включать в себя тематические вечеринки, концерты, фестивали и другие развлекательные мероприятия.

Также событийные мероприятия в гостинице могут помочь улучшить имидж заведения и привлечь внимание СМИ. Успешные мероприятия могут быть обсуждаемыми в социальных сетях, блогах и новостных порталах, что поможет привлечь дополнительную аудиторию.

Таким образом, событийные мероприятия имеют большую актуальность в качестве инструмента привлечения аудитории в гостинице и могут быть эффективным способом увеличить популярность и доходы заведения.

Научная новизна статьи об организации событийных мероприятий в гостинице заключается в исследовании самых эффективных методов и стратегий планирования и проведения таких мероприятий.

Целью работы является анализ деятельности отеля ООО УК «Экватор» и рекомендации для привлечения гостей с помощью событийных мероприятий в гостинице.

Задачи:

- 1) изучить теоретические подходы к развитию гостиничной индустрии в период проведения событийных мероприятий;
- 2) проанализировать рынок событийных мероприятий в коллективных средствах размещения;
- 3) разработать рекомендации по привлечению аудитории в гостиницу «Экватор».

При написании статьи были использованы следующие виды источников информации: периодические источники, учебные материалы и методы статистической обработки данных.

Цель организации ивент-мероприятий – в соединении в единое целое времени, места и атмосферы, которые будут способствовать адекватному восприятию потребителем предназначенной для него информации.

Событийные мероприятия можно классифицировать на 2 группы, которые отличаются своей целью и масштабностью.

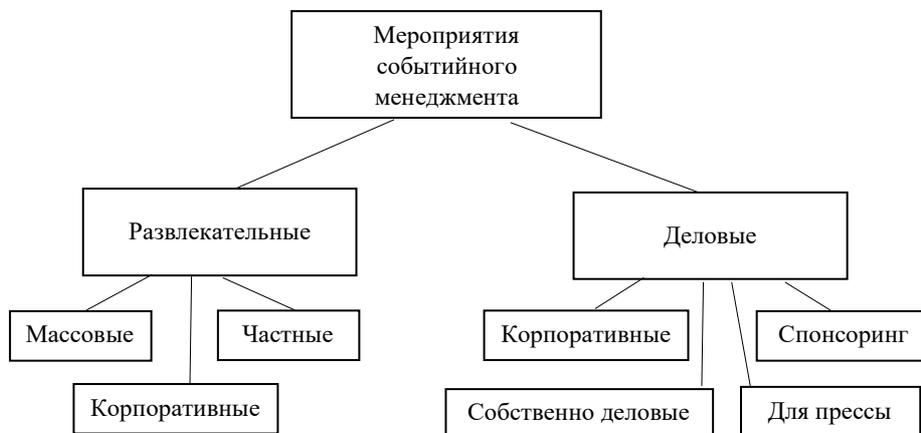


Рис. 1. Классификация мероприятий событийного менеджмента

Составлено автором по [4]

Большинство гостиниц Владивостока имеют небольшой номерной фонд (до 100 номеров) и ориентированы на деловых туристов. Отсутствуют, к примеру, такие категории гостиниц, как

курортные, конгресс-центры, апарта-отели и т.д. По уровню обслуживания рынок гостиничных услуг во Владивостоке представлен в основной своей массе гостиницами экономического класса. Этот сегмент, кстати, по свидетельству специалистов образовательного института Американской ассоциации отелей и мотелей, является растущим в мировой индустрии гостеприимства, т.к. большая часть людей путешествует, располагая ограниченными средствами. Что касается формы собственности, то почти все гостиницы города имеют независимый статус, т.е. не входят в гостиничные сети. Исключение составляют отели «Амурский залив» и «Владивосток», купленные столичной сетью «Азимут». Одна из особенностей владивостокского гостиничного рынка: ему не присуща специализация, ставшая тенденцией в мире.

Гостиницы Владивостока динамично развиваются, совершенствуются и расширяют спектр предоставляемых услуг. Каждый год во Владивостоке проходит довольно крупное и значимое деловое мероприятие – Дальневосточный экономический форум, который заполняет гостиницы со сто процентной загрузкой.

Как недорогие гостиницы Владивостока, так и отели Владивостока высшей категории предлагают своим гостям достаточно широкий комплекс услуг, обеспечивающий максимально комфортное проживание, насыщенный и разнообразный отдых, а также плодотворный труд. Каждый гость города может без труда выбрать для себя наиболее подходящую гостиницу Владивостока, которая будет соответствовать всем требованиям. Для кого-то особое значение имеет месторасположение гостиницы, для кого-то – наличие конференц-зала, для других самым главным фактором при выборе отеля является стоимость проживания. В любом случае для каждого гостя Владивостока найдется оптимальный вариант.

Цены в гостиницах Владивостока варьируются в достаточно широком диапазоне и зависят от ряда показателей, из которых и складывается стоимость проживания в том или ином отеле. Главными показателями являются расположение гостиницы: в центре города или на его окраине; категория гостиницы: 2, 3 или 4 звезды; инфраструктура: оснащенность и т.д.; предоставляемые услуги.

Рассмотрим структуру гостиничной недвижимости г. Владивостока (рис. 2).



Рис. 2. Структура гостиничной недвижимости г. Владивостока

Составлено автором

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели.

Рассмотрим общее количество предприятий размещения по категории звездности в г. Владивосток (рис. 3).

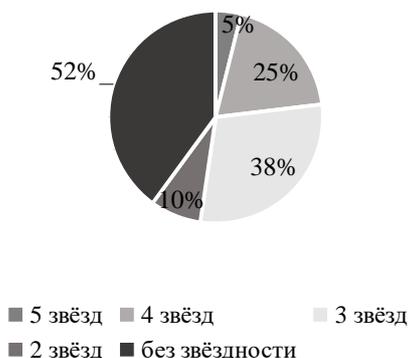


Рис. 3. Звездность коллективных средств размещения в г. Владивосток

Составлено автором

Как правило, отели имеют сезонность, которая влияет на поведение клиентов и их выбор места проживания.

В сезонности выделяют временную неустойчивость, которая вызвана более высокой концентрацией туристских потоков во время определенных периодов года, включая и спрос, и предложения. В ее проявлениях могут быть посетители, их расходы и трафик на дорогах.

В работе многих авторов отмечается высокий уровень влияния сезонности как одну из ключевых особенностей туристической деятельности в Приморском крае. Специалисты говорят и о том, что во Владивостоке, несмотря на большое количество крупных международных мероприятий и фестивалей, а также кажущийся стабильный приток туристов из близлежащих азиатских стран, гостиниц не хватает лишь в августе-сентябре (именно в этот период спрос на гостиницы у туристов наиболее высок). В период с ноября по апрель гостиницы города заполняются не более чем на 40 %.

Не востребованность номерного фонда средств размещения – главный негативный эффект сезонности.

Продолжается этот эффект большую часть года, когда основной туристский сезон уже закончился. Но у данного эффекта есть и обратная сторона – в высокий туристский сезон многие гостиницы города не могут обеспечить всем туристам возможность проживания.

В итоге сезонность оказывает существенное влияние на показатели среднегодовой загрузки гостиницы, а на этом фоне повышаются показатели постоянных издержек гостиницы.

Средняя стоимость гостиничных номеров во Владивостоке меняется в зависимости от сезонности. В период высокого сезона с июля по сентябрь наполняемость гостиниц города нередко превышает 120 %, иногда даже приходится добавлять в номера дополнительные кровати. Зато в зимний период наполняемость номеров редко превышает 10–15 %. В итоге среднегодовая наполняемость держится в районе 40 %. Чтобы обеспечить рентабельность своему бизнесу при таком уровне среднегодовой наполняемости владельцы гостиниц вынуждены завышать средний уровень расценок на свои услуги. Особенно взлет цен наблюдается в летний сезон.

Как свидетельствуют опросы, проводимые различными консалтинговыми и социологическими организациями, туристы при выборе подходящей гостиницы ориентируются на несколько главных критериев (рис. 4).

Второй по значимости критерий – это качество предоставляемых услуг в гостинице. Это комплексный показатель, определяющий, в целом, уровень обслуживания в том или ином отеле, или качество конкретной услуги, например, питание в гостинице.

Качество питания и кухни для многих гостей действительно представляется одним из самых важных критериев при выборе отеля (согласно «РосБизнесКонсалтинг»).

Некоторая часть гостей большое значение придает дополнительным услугам, которые они смогут получить в том или ином отеле. В первую очередь, потребителя интересует наличие бара, спортивных и развлекательных центров, бассейнов.

Данная тенденция характерна и для Владивостока. Потребители в зависимости от своего материального положения, цели поездки (отдых, командировка) и требований к наличию дополнительных услуг останавливают свой выбор на определенной гостинице.

Таким образом, потребители сегментируются по двум основным критериям: цель поездки, уровень доходов (командированных средств).

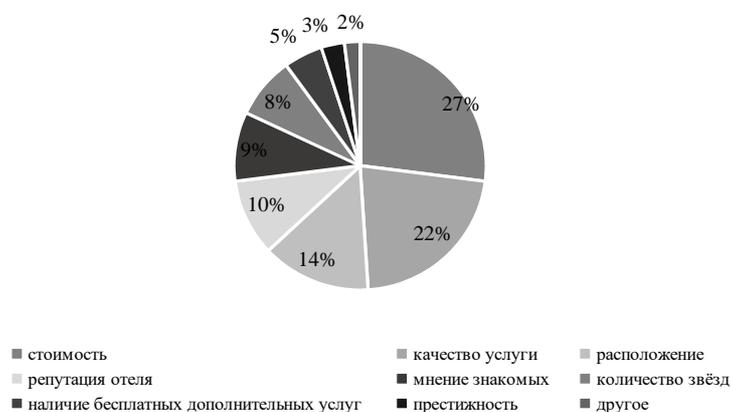


Рис. 4. Главные критерии при выборе гостиницы

Составлено автором

В основном отели категории 5звёзд могут похвастаться большим спектром мероприятий, которые они предоставляют своим гостям. Но, можно заметить, что КСР категории 2\*, которые составили 25 %, не сильно и отстают от 5 звёзд средств размещения. Что говорит о хорошей конкуренции с отелями повышенного комфорта.

Далее рассмотрим форматы мероприятий, которые предоставляют коллективные средства размещения в России (рис. 5).

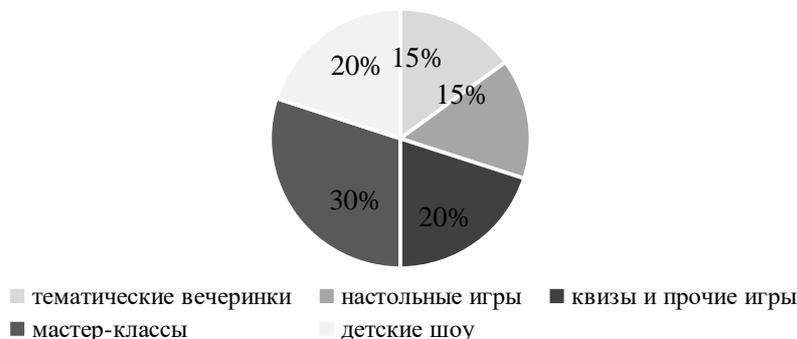


Рис. 5. Формат мероприятий в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Мастер-классы одни из самых популярных мероприятий, проводимых в коллективных средствах размещения в России, составили – 30 %, также отметим, что в России особое внимание уделяют детской аудитории, для детей есть множество мероприятий, конкурсов и других различных интерактивов. Масштаб мероприятий показан на рис. 6.

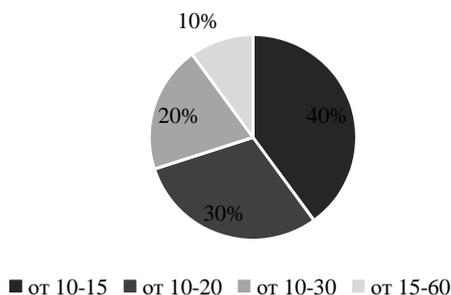


Рис. 6. Масштаб мероприятий, проходящих в КСР

Составлено автором

Масштаб мероприятий намного меньше, чем в зарубежных коллективных средствах размещения. В России больше популярны мероприятия маленькими компаниями, которые могут провести интересно время. В основном это компания людей от 10–15 человек – 40 %.

Вид мероприятий разделился на 3 критерия (рис. 7).

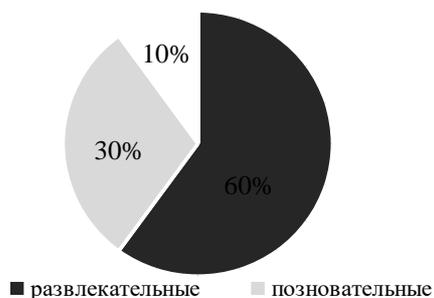


Рис. 7. Виды мероприятий в коллективных средствах размещений

Составлено автором

Как и говорилось ранее, в основном мероприятия проводят в парк-отелях, из-за того, что такие отели чаще всего находятся за городом, что достаточно далеко от центра. Поэтому такие отели стараются развлекать своих гостей различными мероприятиями и интерактивами. Программа мероприятий рассчитана не только на взрослых, но и на детей. Мероприятия с масштабом от 10–15 человек можно встретить чаще всего, из-за того, что аудитория стабильная, гостиницы регулярно проводят мероприятия. Что касается звёздности коллективных средств размещения, то отели 5 и 2 звёзд абсолютно одинаковы в проведении мероприятий в России, в отличие от зарубежных отелей, которые считают, что чем дороже отель, тем лучше качество и количество услуг.

Отели, работающие за границей, скрашивают пребывание туристов вечерними шоу-программами. Развлекательные программы у отелей могут быть разными, в зависимости от бюджета. Чем дороже отель, тем программы разнообразнее. В недорогих отелях, в основном будут развлекать аниматоры, они будут устраивать конкурсы для зрителей, представлять танцевальные номера, показывать веселые сценки.

Отели более высокого класса приглашают гастролирующие труппы, артисты которых показывают танцевальные шоу, как правило, наполненные местным колоритом, представляют акробатические номера, показывают фокусы, привозят дрессированных животных.

Рассмотрим детально страны, которые предлагают свои варианты проведения мероприятий, на рис. 8.

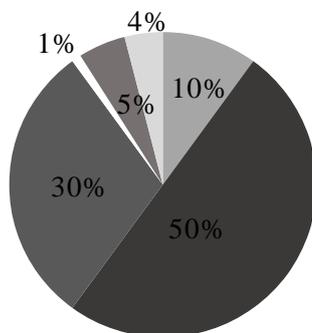


Рис. 8. Страны, предоставляющие мероприятия в отелях

Составлено автором

Страна, в которой практически в любом отеле проходят мероприятия – Турция 50%, вторым по показателям можно отметить США – 30%.

Далее, рассмотрим тип коллективных средств размещения за границей, в которых проходят мероприятия (рис. 9).

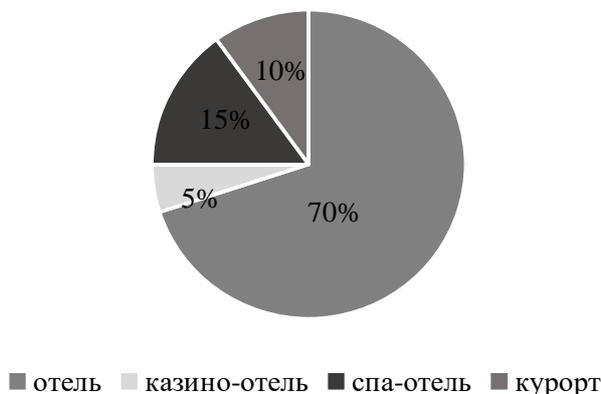


Рис. 9. Тип КСР, предоставляющих мероприятия за границей

Составлено автором

В основном мероприятия можно встретить в отелях, которые составили – 70%, а также в спа-отелях – 15%. Что касается звёздности коллективных средств размещения более популярными являются отели 5 звёзд (рис. 10).

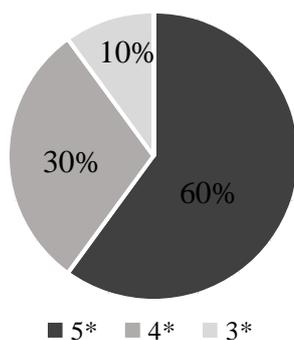
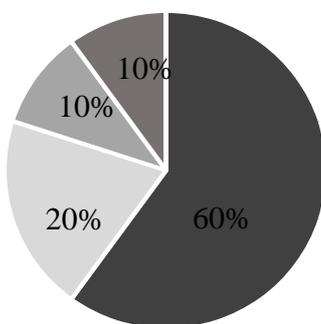


Рис. 10. Звёздность коллективных средств размещения

Составлено автором

За границей считается чем дороже отель, тем больше услуг он может предоставить, что в особенности касается мероприятий и особых развлекательных программ для гостей.

Масштаб мероприятий представлен на рис. 11.

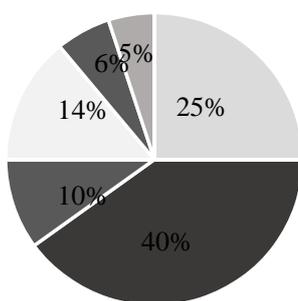


■ от 15-50 ■ от 20-100 ■ от 100-150 ■ от 150-200

Рис. 11. Масштаб мероприятий в КСР за границей

Составлено автором

Масштаб отличается в каждом коллективном средстве размещения, но в основном масштаб мероприятий за границей охватывает аудиторию от 50 человек и больше. Особенно если формат мероприятий вечеринка или карнавал, то может собраться даже и 200 человек. Далее, рассмотрим формат мероприятий, которые предоставляют отели разных стран (рис. 12).



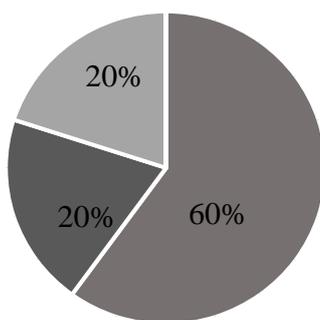
■ гастрономические ■ мастер-классы ■ вечеринки  
 ■ спортивные ■ научно-познавательные ■ фестивали и карнавалы

Рис. 12. Мероприятия в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Самыми популярным форматом мероприятий оказались мастер-классы их показатель составил – 40%, не малым по показателю формат мероприятий составил 25% – вечеринки. Многие туристы любят вечеринки и отели проводят их практически каждый день.

Что касается типа мероприятий, которые проводят отели, в основном это развлекательные (рис. 13).



■ развлекательные ■ развлекательно-познавательные ■ деловые

Рис. 13. Типы мероприятий в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Развлекательные мероприятия в гостинице имеют огромное значение как для отдыхающих, так и для самого отеля. Это способствует повышению степени удовлетворенности туриста обслуживанием. Он может хорошо развлечься в отеле, в котором он остановился и не нужно ездить в другие места для того чтобы развлечься, если у него уже «всё включено».

Современные отели, как правило, являются отличным местом для проведения разного рода массовых мероприятий – научных конференций, брифингов, симпозиумов, семинаров и т.п.

Высококласные отели делают все, чтобы гости не заскучали. Предлагают активности на любой вкус и бюджет. Часто устраивают специальные мероприятия. В основном они приходится на праздничные даты: Новый год, 8 Марта, День Святого Валентина.

Постояльцев отеля развлекают приглашенные артисты, аниматоры, а иногда и эстрадные звезды. Практика показывает, что гостям нравятся различные конкурсы, игры.

Гостиница «Экватор» введена в эксплуатацию 25 мая 1988 года. Застройщиком было Дальневосточное морское пароходство. Численность номеров достигала 147 единиц. Сдача гостиницы была приурочена к Сеульской Олимпиаде под размещение советских спортсменов для прохождения ими адаптационного периода перед олимпиадой и после нее. При гостинице был открыт ресторан «Экватор», парикмахерская, кинозал, бильярдный зал, прачечная.

До 1992 года гостиница функционировала как дом меж рейсового отдыха моряков, а затем ее перепрофилировали в профилакторий «Экватор» с предоставлением медицинских услуг. В 1994 году (в период приватизации) гостиница преобразована в ОАО «Здоровье» ХК ДМП.

В июне 2002 года собственником здания гостиницы стало ООО «Финансовая группа «Гринвич».

В мае 2018 г. гостинице исполнилось 30 лет. Сегодня Гостиничный комплекс «Экватор» – это конференц-отель с развитой инфраструктурой, расположенный в «сердце» г. Владивостока, с предоставлением широкого спектра дополнительных услуг.

На сегодняшний день гостиница «Экватор» является одним из наиболее значимых объектов индустрии гостеприимства Владивостока. Эта крупная гостиница с высоким уровнем сервиса и богатой историей разместилась в самом центре Владивостока и обладает развитой инфраструктурой и широким спектром дополнительных услуг. Номерной фонд гостиничного комплекса «Экватор» превышает 140 номеров. Удачное расположение позволяет гостям эффективно совмещать отдых и деловую программу. Гостиница также обладает мощными ресурсами для event-обслуживания и часто выступает площадкой для крупных деловых мероприятий и праздничных банкетов. Как и у любой гостиницы, гостиница «Экватор» имеет свои задачи и направления, чтобы понимать качество выполнения своей работы, а также добиваться поставленных целей.

Таким образом, можно сделать вывод, что гостиница «Экватор» старается соблюдать и выполнять все свои поставленные задачи, чтобы гости могли наслаждаться своим отдыхом в комфорте и безопасности. Также следует отметить, что гостиница должна предоставлять не только комфортное проживание, но и уметь удивлять гостей, а именно давать им выбор разных гостиничных услуг.

Также в отеле существует большой выбор площадок для проведения мероприятий:

1. Площадка «Бохай» – новое мульти форматное пространство в стиле LOFT, вместимость до 300 человек.
2. Площадка «Виктория» – комфортный конференц-зал с холлом и оборудованием, вместимость до 120 человек.
3. Площадка «Флагман» – киноконцертный зал, предназначенный для крупных проектов, вместимостью до 300 человек.

4. Площадка «Муссон» – изолированный зал, идеален для проведения деловых мероприятий и встреч, вместимостью до 30 человек.

5. Площадка «Бриз» – помещение для событий среднего масштаба со своей спокойной атмосферой, вместимостью до 60 человек.

Мероприятия в отеле всегда отличаются друг от друга. Экватор празднует национальные праздники, такие как 8 марта, 23 февраля, Новый год, Масленица и т.п. Но несмотря на это можно встретить и тематические мероприятия, например «Розовая вече-ринка», в которой гости с удовольствием поучаствовали, на празднике было много интерактивов, живая музыка и конкурсы. Гости смогли не только поучаствовать в мероприятии, но и получить не забываемые впечатления.

Экватор активно поддерживает тему, связанную с экологией, и регулярно принимает участие в ежегодных субботниках города Владивостока. Что говорит о гостинице с экологичной политикой.

Портрет гостя в отеле Экватор, это бизнесмен возвратом от 30-45 лет, как и говорилось ранее, в отеле популярны мероприятия такие как конференции и бизнес встречи, что подходит отелю и его гостям.

В качестве предложения по привлечению аудитории в отель, можно предложить проводить бизнес-конференции или бизнес завтрак, в котором будут участвовать гости отеля. Для этого нужно будет провести анализ гостей данной категории, затем отобрать гостей по одной направленности и выбрать общую тему завтрака, на котором можно будет не только что-то узнать, но и поделиться своим опытом.

Проведение деловых мероприятий, таких как: бизнес завтрак, круглый стол, семинаров, конференций способствуют более интенсивному общению с коллегами или партнёрами, возможность установления и развития деловых связей, расширение потребительской целевой аудитории и рост продаж, улучшение имиджа компании, повышение лояльности со стороны партнеров, спонсоров и клиентов.

Для привлечения аудитории на бизнес-завтрак гостиница может использовать различные маркетинговые инструменты:

1. Акции и специальные предложения: разработать специальные пакеты услуг для деловых путешественников, которые включают в себя завтрак по специальной цене или дополнительные бонусы.

2. Реклама в онлайн-средах: создание рекламных баннеров на сайтах для бизнеса или отраслевых порталах, где активно находятся целевая аудитория.

3. Партнерство с компаниями и организациями.

4. Участие в корпоративных событиях.

5. Социальные сети. Активно используются социальные сети для продвижения своего предложения.

Создание уникального и качественного предложения бизнес-завтрака, а также правильная маркетинговая стратегия помогут привлечь целевую аудиторию и сделать гостиницу популярным местом для деловых встреч и проживания.

Программа бизнес-завтрака: приветствие и представление участников, бизнес-презентация компании с демонстрацией продуктов и услуг, обсуждение текущих трендов в отрасли, кейс-стади о успешных проектах и стратегиях, разработка плана действий и целей на будущее, возможность задать вопросы и получить консультацию у экспертов.

Что касается специального пакета услуг именно для бизнес-гостей, можно предложить данный пакет услуг, который будет включать себя:

1. Бесплатный высокоскоростной Wi-Fi в номере и общественных зонах отеля для удобной работы и проведения онлайн-конференций.

2. Круглосуточный доступ к бизнес-центру с копировальными и печатающими услугами.

3. Бесплатный завтрак в виде шведского стола с разнообразным выбором блюд для энергичного начала рабочего дня.

4. Трансфер и услуги такси для быстрого и комфортного перемещения по городу.

5. Возможность использования специальных переговорных комнат для проведения деловых встреч или конференций.

В заключение, организация деловых мероприятий в отеле – это отличный способ привлечения аудитории и создания благоприятного впечатления у гостей. Отели обладают всеми необходимыми ресурсами для проведения успешных мероприятий, начиная от современного оборудования и комфортабельных номеров, и заканчивая профессиональным обслуживанием персонала.

Благодаря удобному расположению и разнообразным услугам отеля, мероприятие будет привлекательным для участников, а также позволит создать более доверительные отношения с партнерами и клиентами. Кроме того, проведение мероприятий в отеле поможет сэкономить время и усилия на поиске подходящего места и организации мероприятия с нуля.

- 
1. Морева С. Н. Система подготовки кадров как основа профессиональной компетентности специалистов сферы сервиса и туризма // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов. 2011. № 12.
  2. Иванова Е.В., Вдовенко М.В. Инноватизация гостиничного бизнеса: международный опыт и российская практика // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 294 с.
  3. Дегтярёва Т.В. [и др.] Инновационное развитие отраслей сферы услуг: монография: под общ. ред. доц. О.С. Мысовой: Ин-т сферы обслуж. и предпринимательства (филиал) фелер, тос бюдж. образоват. учреждения, высш. образования «Довской гос техн. ук-т» в 1. Шахты Рост. обл. ДГТУ в г.Шахты, 2018.- 171с.
  4. Гусева О.В., Баканова Н.В. PR-мероприятия в сфере гостиничного // Успехи современного естествознания. – 2019. – № 8. – С. 103-104; Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев. – Санкт-Петербург.: Питер, 2017. – 320 с.
  5. Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технология и практика eventmanagement. – Москва: МИФ, 2017. – 320 с.
  6. Каверина Е.А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика. – Санкт-Петербург, 2017, с. 7-16.
  7. Близняк Р.З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций. // Теория и практика общественного развития. 2018. №4, с. 9.
  8. VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://vladivostokgrandhotel.ru/>
  9. Арт-конгресс-отель «Экватор» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://hotelequator.ru/>
  10. Отель-казино «Tigre de Cristal» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://tigredecrystal.ru/>
  11. Отель «AZIMUT» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://azimuthotels.com/ru/vladivostok/azimut-hotel-vladivostok>